

さがみはら 産業振興 ビジョン

令和7(2025)年度 ~ 令和9(2027)年度

世界に向けて、
新たな価値と魅力を創造・発信し、
未来を拓くさがみはら

相模原市

目次

I さがみはら産業振興ビジョンの策定について

1 策定の背景.....	1
2 策定の目的.....	1
3 ビジョンの位置付け.....	2
4 計画期間.....	2
5 策定の視点.....	3

II さがみはら産業振興ビジョン

1 実現化方策の構成.....	5
2 相模原市が目指す産業像と4つの戦略.....	6
3 施策の方向性.....	9
4 施策体系.....	11
5 基本施策と主な事業.....	13
6 重点プロジェクト.....	44
7 ビジョンの推進体制.....	53

III 参考資料

1 さがみはら産業振興ビジョン2025の経過.....	57
2 用語解説.....	112

※文中で専門的な用語や独自の造語等が出現した場合には、当該語句の初出のページの下部に脚注で説明しています。

1 さがみはら産業振興ビジョンの策定について

1 策定の背景

我が国を取り巻く社会経済環境は、新型コロナウイルス感染症の世界的流行に伴う緊急事態宣言等による外出自粛や人流の抑制などの影響を受け、日本経済は停滞し非常に厳しい状況にありました。そのような中、デジタル化の進展、企業の新たな事業展開の推進、テレワーク¹などといった多様な働き方の浸透など、急速な社会変容が進み、社会経済構造を急速に変化させていきました。

その後、コロナ禍の影響から脱しポストコロナの経済社会へ移行する中で、我が国の景気は、一部に足跡が残るものの、緩やかに回復しており、物価上昇、中東地域をめぐる情勢、金融資本市場の変動等の影響に十分注意すべき状況にありますが、先行きについては、雇用・所得環境が改善する中で、各種政策の効果もあって賃上げ水準が実現するなど、物価と賃金の好循環の流れができつつある中、デフレからの脱却が進んでいくものと見込まれています。

また、SDGsが社会に浸透し、企業がSDGsに取り組むことは、企業イメージの向上による競争力向上や人材の確保、新たなビジネスの創出など、企業の成長戦略の一つとなったことや、脱炭素社会に向けた積極的な取組は、産業においても重要性が増し、新たなビジネスモデルの創出等にもつながることから、持続可能な企業活動を行う上で欠かせない要素となりました。

国においては、AI、IoTといった先端技術を活用し、仮想空間と現実空間を高度に融合させることにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の新たな社会（Society5.0）の実現を目指し、新しい資本主義の重要な柱として、デジタル田園都市国家構想を掲げており、デジタル技術の実装を通じ、地域の社会課題の解決と魅力の向上を図っていくことが重要としています。

また、国の総合経済対策によって経済再生に向けた取組が進められています。

2 策定の目的

本市は、平成28（2016）年3月に「さがみはら産業振興ビジョン2025」を策定し、「世界に向けて、新たな価値と魅力を創造・発信し、未来を拓くさがみはら」を目指す産業像に掲げ、その実現に向けて施策の推進を図ってきました。

この間、リニア中央新幹線の神奈川県駅（仮称）や関東車両基地の設置、相模総合補給廠の一部返還に伴うまちづくりなど、様々な広域交流拠点の形成に向けたプロジェクトも進められています。

こうした中で、様々な社会課題への対応、本市の経済成長をけん引する産業の集積や企業支援、商業・業務機能の集積、新成長分野の育成など、産業政策の方向性を継続的に示す必要があります。

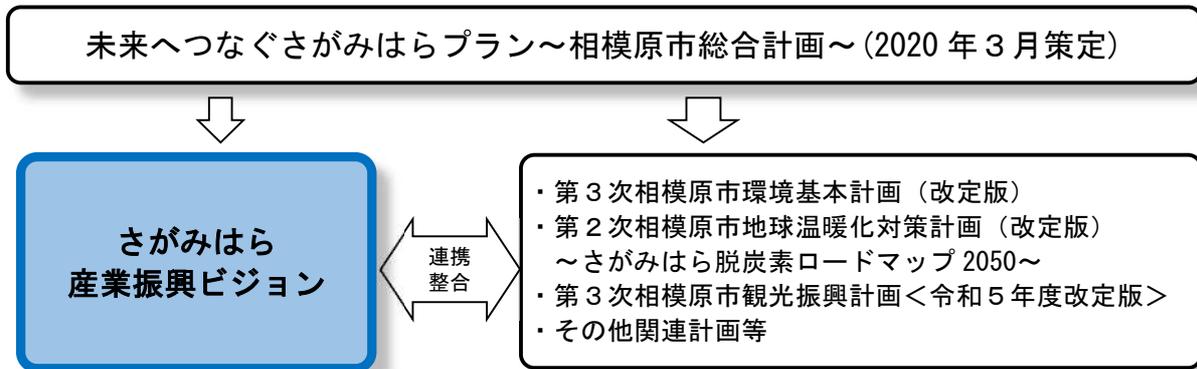
しかしながら、国の総合経済対策の成長型経済への変革期間であることや、社会経済環境の変化などに伴う新たな課題や情勢等を調査・研究し、新しい時代への対応が必要であることを踏まえ、「さがみはら産業振興ビジョン2025」を継承し必要な見直しを加えた、計画期間を3年間とする「さがみはら産業振興ビジョン」を策定しました。

¹ テレワーク：ICT（情報通信技術）を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のことです。

3 ビジョンの位置付け

「さがみはら産業振興ビジョン」は、「未来へつなぐさがみはらプラン～相模原市総合計画～」を上位計画として、産業振興に関する計画であり、広域交流拠点都市推進戦略や農業・観光等に関する個別分野の計画等と整合を図りながら、産業政策の方向性を示したものです。

図表 1-1 さがみはら産業振興ビジョンの位置付け



4 計画期間

「さがみはら産業振興ビジョン」の計画期間は、令和 7（2025）年度から令和 9（2027）年度までの 3 年間とします。

図表 1-2 さがみはら産業振興ビジョン及び関連計画の計画期間

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029 年度	
未来へつなぐさがみはらプラン ～相模原市総合計画～ (2020年3月)		2020年度～2027年度										
さがみはら産業振興ビジョン (2025年3月)		さがみはら産業振興ビジョン 2025 2016年度～2025年度(2024年度廃止)					2025年度～2027年度					
		2020年度～2027年度										
第3次相模原市環境基本計画(改定版) (2020年3月)(2024年3月改定)		2020年度～2027年度										
第2次相模原市地球温暖化対策計画(改定版) ～さがみはら脱炭素ロードマップ 2050～ (2020年3月)(2023年11月改定)		2020年度～2030年度										
第3次相模原市観光振興計画<令和5 年度改定版> (2020年3月)(2024年3月改定)		2020年度～2027年度										

(注) ()内は策定時期及び改定時期

5 策定の視点

(1) 社会経済環境の変化

① ポストコロナを踏まえた社会変容

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を機に、デジタル化の進展、企業の新たな事業展開の推進、テレワークなどといった多様な働き方の浸透等、社会変容が進みました。人手不足が深刻化している中小企業・小規模事業者においても、これらの社会変容への対応が求められます。

② SDG s の実現

持続可能な開発目標（SDG s）は、平成 27（2015）年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」にて記載された平成 28（2016）年から令和 12（2030）年までの国際目標です。持続可能で多様性と包摂性のある社会を実現するための 17 のゴールから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っています。

企業が SDG s に取り組むことは、企業イメージの向上による競争力向上や人材の確保、新たなビジネスの創出など、企業の成長戦略の一つとなっています。

③ 脱炭素社会の実現

国は、令和 2（2020）年 10 月、2050 年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、すなわち「カーボンニュートラル」、脱炭素社会を目指すことを宣言しました。

また、令和 3（2021）年 4 月には、令和 12（2030）年度に温室効果ガスを平成 25（2013）年度から 46%削減することを目指し、さらに、50%の高みに向けて挑戦を続けていくことを宣言しました。これらを踏まえて令和 4（2022）年 4 月に「地球温暖化対策の推進に関する法律（平成 10 年法律第 117 号）」が改正されるなど、「脱炭素社会の実現」に向けた取組の加速化が求められています。

産業においても取引や投資等のビジネスシーンで重要性が増しており、企業イメージや新たなビジネスモデルの創出等にもつながります。持続可能な企業活動を行う上で、脱炭素に向けた積極的な取組は欠かせない要素です。

④ デジタル革命の進展

国においては、AI、IoTといった新たな技術が急速に進展している中、こうした先端技術を活用し、仮想空間と現実空間を高度に融合させることにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の新たな社会（Society5.0）の実現を目指しています。また、新しい資本主義の重要な柱として、デジタル田園都市国家構想を掲げており、デジタル技術の実装を通じ、地域の社会課題の解決と魅力の向上を図っていくことが重要としています。

(2) 市の動向、庁内の取組

各施策の取組状況

リニア駅周辺のまちづくり、地方創生（まち・ひと・しごと創生総合戦略）・雇用対策の推進、GX（グリーントランスフォーメーション）の推進など、「さがみはら産業振興ビジョン 2025」策定時から取組が進んでいる事業があります。このような事業の進捗に合わせた基本施策の見直しが必要です。また、市関連計画等の改定などに伴い、整合を図る必要があります。

(3) 国の総合経済対策

令和5（2023）年11月に、「デフレ完全脱却のための総合経済対策」を閣議決定し、高水準の賃上げや企業の高い投資意欲など、30年余り続いた低物価・低賃金・低成長に象徴される「コストカット型経済」からの変革を果たすチャンスを迎えており、足元では、賃金や設備投資が上昇し、賃金と物価が好循環する「新たなステージ」への光が差しつつあるとして、成長型経済への変革期間を3年程度とし、経済再生に向けた取組を進めました。その後、令和6（2024）年11月には、前述の取組を引き継ぐ「国民の安心・安全と持続的な成長に向けた総合経済対策」を閣議決定し、更に加速・発展させていくとしています。

II さがみはら産業振興ビジョン

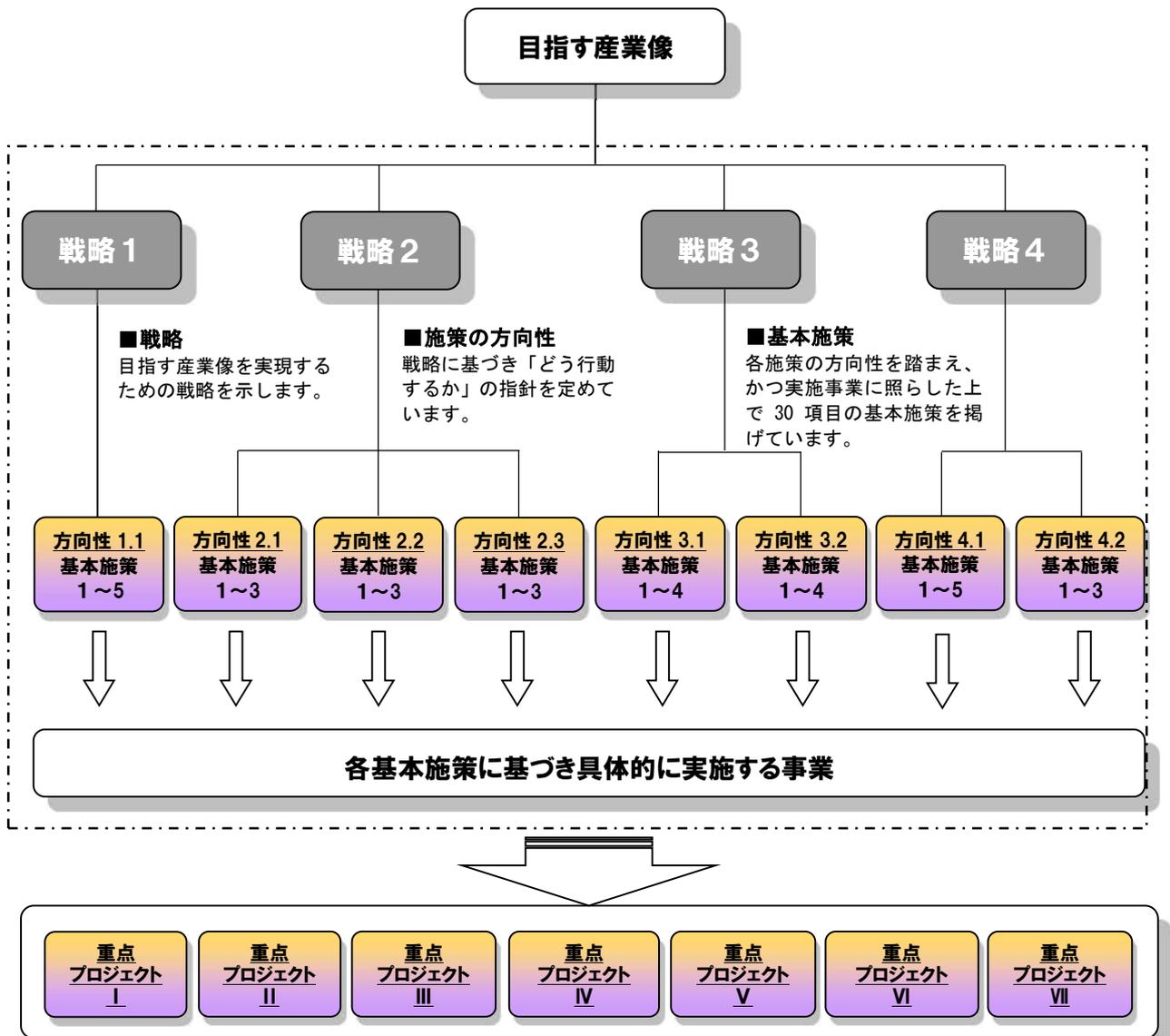
1 実現化方策の構成

急激に変化する社会経済環境に対応した施策を展開し、本市の産業が抱える諸課題を克服するには、本市が目指す産業の姿を描き、それに向かって戦略性を持って取り組む必要があります。

こうした考え方のもとで、「さがみはら産業振興ビジョン」を戦略的かつ総合的な産業政策の方向性とするため、図表2-1のとおり、本市が目指す産業像を示し、その実現化のための4つの戦略を掲げました。各戦略に基づく行動指針として、8つの施策の方向性を定め、さらに、各方向性から基本施策、事業へとより具体的な内容に展開する構成としています。

また、「さがみはら産業振興ビジョン」の実効性を高めるため、喫緊に対応すべき課題に着目し、特に重点的に実施すべき取組として定めた重点プロジェクトとして、詳細な内容を紹介しています。

図表2-1 実現化方策の構成



2 相模原市が目指す産業像と4つの戦略

2.1 目指す産業像

世界に向けて、新たな価値と魅力を創造・発信し、 未来を拓くさがみはら

内陸工業都市として発展してきた本市には、高度な技術力を有する産業集積基盤があり、市外はもとより海外において市場を獲得している多くのものづくり企業が存在します。また、今後は、安定した地盤とともに広域交通ネットワークの更なる充実により、その機能を生かした成長産業の集積がますます期待されるところです。こうした工業を中心とした産業の活性化により、高生産性や高付加価値などの新たな価値を創造します。

一方、本市は、利便性に優れた都市部と清流を育む広大な森林や湖などの恵まれた自然環境を有する都市と自然がベストミックスするまちです。市外への購買力の流出など商業・サービス業の基盤が決して強いとはいえない本市が、豊かな自然などの多様な地域資源を有していることは、産業の活性化に大きな可能性をもたらすものです。こうした地域資源を活用した商業・サービス業の革新や広域交流拠点都市としての機能を生かした業務機能の集積促進により、新たな魅力を創出します。

さらに、グローバル化²やICT³の発展、ロボット、航空宇宙、再生可能エネルギー等の成長分野など、急激に変化する社会経済環境において、競争力をより強化し、市内経済の更なる発展につなげるためには、業種の垣根を超えたイノベーション⁴創出環境を形成し、新ビジネスや新産業の創出が求められます。こうした様々な産業の連携・交流を通して価値や魅力をより高め、効果的に発信することにより、海外市場の獲得や国内外からの産業集積を促すとともに、ビジネスや観光等を目的とした国内外からの訪問客の増加を目指します。

本市が、将来に向けて発展し続けるためには、その基盤となる経済の発展が欠かせません。首都圏南西部の広域交流拠点を目指す本市の50年、100年先を見据え、将来に向けて持続可能な都市経営を実現するため、本市を取り巻く社会経済環境の変化や本市産業の現状・課題を踏まえつつ、上記の考え方を基に、目指す産業像を「世界に向けて、新たな価値と魅力を創造・発信し、未来を拓くさがみはら」と決めました。

² グローバル化：商取引や金融取引などの経済活動が国家の境界を越えて行われることです。

³ ICT：情報通信技術。「Information and Communication Technology」を略したものです。

⁴ イノベーション：技術やビジネスモデル等の革新のことです。

図表 2-2 目指す産業像のイメージ図



2. 2 4つの戦略

本市が目指す産業像の実現に向け、本市の強みを生かし、様々な産業の連携・交流を図りながら、本市産業を持続的に発展させるための4つの戦略を定めました。

戦略1 業種を超えた仕組みの構築による新産業の創出

ものづくりからサービスの提供まで、業種の垣根を超えた仕組みの構築により、時勢を捉えた新産業を創出します。

戦略2 成長産業の集積とイノベーションによる価値の創造

成長産業の集積を促進し、より強固な基盤を形成するとともに、イノベーションにより、成長分野の市場開拓や既存産業の強みを生かした新たな価値を創造し、生産性の向上を図ります。

戦略3 地域資源の活用による魅力の創出とブランドの確立

豊かな自然等の多様な地域資源を活用して、新たな魅力を創出するとともに、暮らしやすさを維持向上させ、それらの「相模原らしさ」を効果的に発信することにより、さがみはらブランドを確立します。

戦略4 産業を支える基盤づくりの推進

雇用の創出や人材の確保・育成、利便性の高い都市基盤の整備、効果的な情報発信等、市内産業の持続可能な成長と発展に資する基盤づくりをハード・ソフトの両面から推進します。

3 施策の方向性

4つの戦略に基づく行動指針として、次のとおり施策の方向性を決めました。

戦略1 業種を超えた仕組みの構築による新産業の創出

1.1 様々な産業の連携・交流・イノベーションの創出を促し、新産業を創出する

広域交流拠点の形成に合わせ、市内外の様々な産業による業種の垣根を超えた交流や連携の活性化を図ります。また、新製品・高付加価値製品の開発や技術・ノウハウの異業種への応用などにつながる交流や連携の新たな仕組みを構築し、それを支える環境の整備も併せて進めることにより、製品やサービス等が一体となった新産業を創出します。

戦略2 成長産業の集積とイノベーションによる価値の創造

2.1 新しい成長分野を開拓し市場の獲得を促す

本市は、金属製品や一般機械などの機械系の組立型業種、素材系業種の集積度の高さが強みとなっています。これらの業種はロボット、航空宇宙、次世代モビリティ等との親和性が高いことから、市内工業が、既存の強みを生かした独自の技術力や高い競争力等により、持続的に成長・発展するため、新しい成長分野の開拓と市場の獲得を促進します。

2.2 イノベーションにより新たな価値を創造する

本市では工業生産性が相対的に低いという課題があり、研究開発の促進による新たな価値の創造、高付加価値化が求められています。また、ICTの進展により、生産プロセスの革新に向けた胎動が国内外で見られることから、課題を改善・解決させるため、イノベーション創出環境の形成と新産業創出を推進し、いち早く次世代のものづくりの具体化に向けた態勢を整え、市内企業が持つ高度な技術による新たな価値や高付加価値を創造します。

2.3 ものづくりの力によりソリューション⁵を創出し市民生活を支える

本市を含めた我が国全体を取り巻く社会経済環境の変化の中で、高齢化による社会保障余力の低下、相次ぐ自然災害や脱炭素社会に向けた取組への対応が必要となっています。このため、ものづくりの力により、不安の解消や市民の需要を満たすことができる製品、サービスの仕組みを構築し、市民の生活を支えます。

⁵ ソリューション：課題や要望に対して解決策を提供することです。解決策を提供することだけでなく、その解決策となる製品やサービス、それらの組み合わせを指すこともあります。

戦略3 地域資源の活用による魅力の創出とブランドの確立

3.1 まちの魅力の磨き上げと積極的な発信により交流を促進する

本市は、利便性に優れた都市部と清流を育む広大な森林や湖などの恵まれた自然環境を有する都市と自然がベストミックスするまちです。こうした市の魅力を磨き上げ、商業・サービス業と有機的に結び付けることにより市の魅力を更に向上させ、産業の活性化につなげる取組を進めます。

また、市内商業地において、それぞれの商業集積の状況、交通の拠点性などの地域特性に応じた「商業地形成事業」による魅力ある商業地づくりを推進します。

さらに、広域交流拠点である橋本、相模原駅周辺地域を中心とした新たなまちづくりなどと連携し、地域資源を活用した人、物、文化等を積極的に発信します。

3.2 生活の質を維持・向上し、活力ある未来を実現する

本市のサービス業は生活支援や娯楽等の個人向けサービスは比較的充実しており、質の高い市民生活を送れる環境が整っています。一方、少子高齢化の更なる進行による買い物弱者⁶の発生や労働人口の減少が見込まれるなど懸念材料もあります。

これらの課題に対応することにより、一層、暮らしやすい都市としての優位性の確保に努めます。人に選ばれる都市として成長していくことにより、多様な人材確保を促進し、市民の生活を支える商業・サービス業、さらには産業全体の活力を高めます。

戦略4 産業を支える基盤づくりの推進

4.1 市内産業の持続可能な成長と発展に資する基盤づくりを推進する

本市産業の持続可能な成長と発展のためには、今後の産業活動を支える基盤を整備することが重要です。人材の確保・育成は、あらゆる産業に共通した課題であり、既に生産年齢人口が減少局面に入っている状況を踏まえ、企業の人材確保と育成、定着化を図るための取組を強化します。

また、戦略的な企業誘致に当たっては、インターチェンジ周辺の新たな都市づくりの拠点のほか、活用可能な産業用地の創出など、産業を支える都市基盤を整備するとともに、広域交流拠点等において業務機能の集積を図るための取組を進めます。

さらに、効果的な国内外への情報の発信は、本市が目指す産業像を実現する上で最も力を注ぐべき取組です。成長産業やイノベーションから生まれる新たな価値や多様な地域性など、本市の広域交流拠点としての機能を生かした魅力、様々な産業が一体となって創出される新産業、こうした「相模原発」の情報を、効率的かつ効果的に発信するための仕組みを構築します。

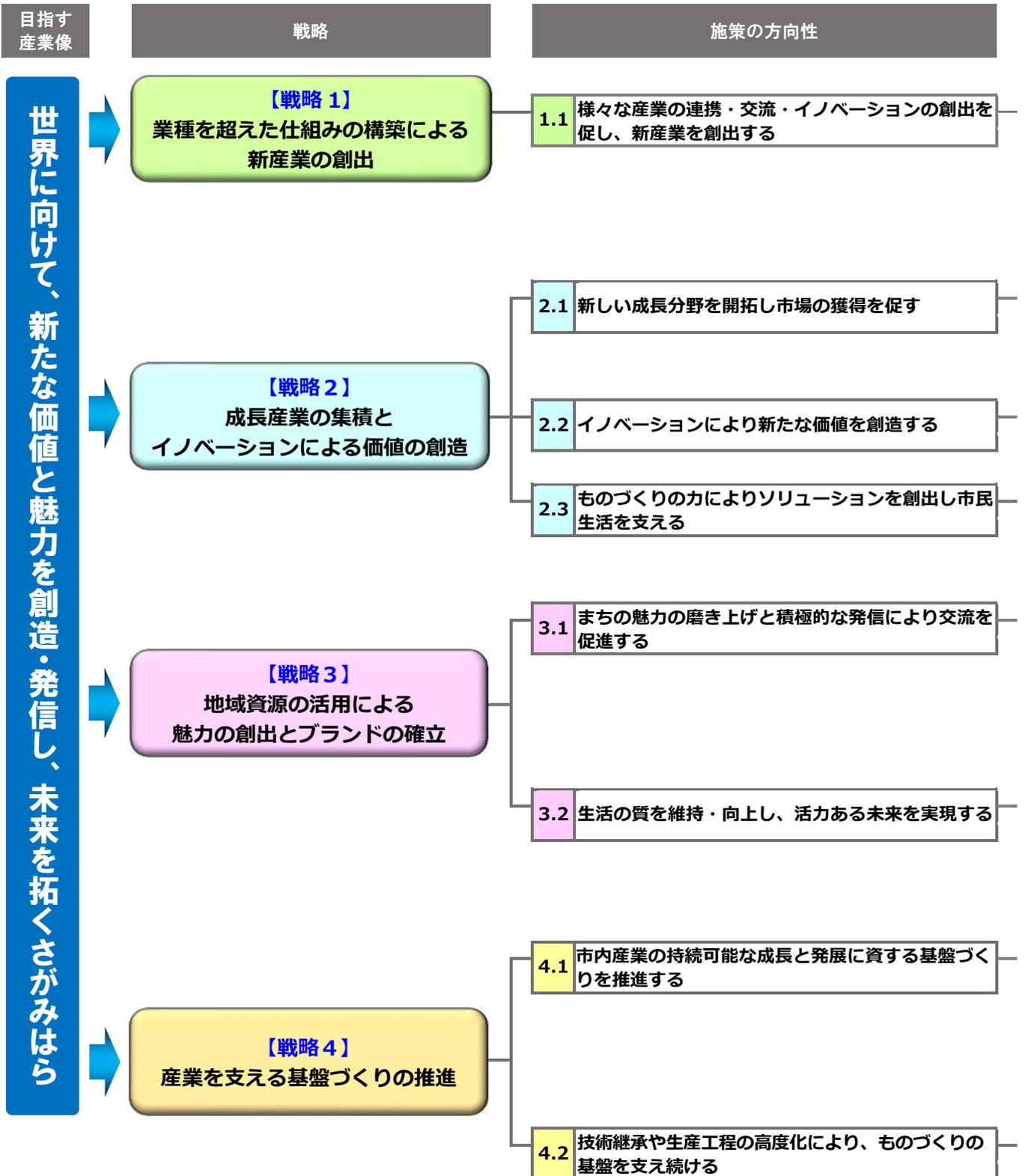
4.2 技術継承や生産工程の高度化により、ものづくりの基盤を支え続ける

市内経済の発展を考えると、工場が移転・閉鎖した跡地が住宅等になってもものづくりの拠点候補地が失われることは避けなくてはなりません。そのため、企業誘致に合わせ、用地保全の取組も積極的に進めます。また、用地のみならず技術・技能の継承や人材の育成などを通じて、既存産業の強みである「ものづくりの基盤」を支えるとともに、今後の労働力不足や競争激化に対応するため、ロボット技術を活用した生産工程の高度化を促進します。

⁶ 買い物弱者：近隣商店の廃業や身体能力の衰え等から、日常の買い物に困難を来す人、買い物ができない人のことをいいます。

4 施策体系

図表 2-3 施策体系（産業像～基本施策）



基本施策

1.1.1	広域交流拠点の機能を生かした連携の推進
1.1.2	高付加価値な製品とその製品を活用した高付加価値サービス等の創出促進
1.1.3	国際交流が促進される環境の整備とビジネス機会の拡大
1.1.4	農商工が一体となった地産地消の促進
1.1.5	多様な産業との連携による観光施策の推進
2.1.1	成長産業の集積促進
2.1.2	既存企業の成長産業への参入促進
2.1.3	国内外の成長市場の獲得のための販路開拓支援
2.2.1	イノベーション創出環境の形成と新事業創出の推進
2.2.2	産学連携等による研究開発の促進によるものづくり技術の高度化
2.2.3	情報技術の活用による生産プロセスの高度化とさがみはら発の次世代ものづくりの形の創出
2.3.1	市民の生活を守り、健康の維持増進に資する製品を活用したソリューションの創出
2.3.2	脱炭素社会の実現に向けた様々な新エネルギーを活用したソリューションの創出
2.3.3	事業者の災害対応能力向上の推進
3.1.1	地域資源と商業・サービス業の結合・融合による魅力の向上と新たな魅力の創出
3.1.2	広域交通基盤の強化を機会とした、業務、商業、サービス機能の集積促進
3.1.3	既存商業機能のリノベーションによる街のにぎわいの創出
3.1.4	街の中核と周辺のネットワーク形成による、街の厚みの創出
3.2.1	地域の暮らしやにぎわいを支える商店街の振興
3.2.2	高齢化社会の進行に伴う買い物弱者対策の推進
3.2.3	地域課題を解決するコミュニティビジネスの創出支援
3.2.4	Eコマースを活用した商業ビジネスモデルの促進
4.1.1	産業人材の確保・育成、定着の支援
4.1.2	多様な働き方による女性の活躍推進
4.1.3	人的交流や産業集積を支える都市基盤整備の推進
4.1.4	市の魅力及び市内産製品・サービスの魅力を伝える強力な情報発信手段の構築
4.1.5	新規事業の発生・成長を促すためのインキュベーション機能の強化、他機能との相乗効果の醸成
4.2.1	安心してものづくりができる産業用地の保全
4.2.2	技術者育成によるものづくり技術の継承・高度化
4.2.3	ロボット技術を活用した生産工程の高度化による競争力の強化

5 基本施策と主な事業

【戦略 1】業種を超えた仕組みの構築による新産業の創出

施策の方向性 1.1 様々な産業の連携・交流・イノベーションの創出を促し、新産業を創出する

基本施策 1.1.1 広域交流拠点の機能を生かした連携の推進

今後も持続的に新しい製品やサービス等を生み出し、ビジネス機会の創出につなげていくためには、様々な産業による業種の垣根を超えた交流や連携を活発化させる必要があります。そのため、橋本駅周辺及び相模原駅周辺を一体的な広域交流拠点とするまちづくりに合わせて、同業種、異業種を問わず様々な産業の担い手が交流・連携しやすい仕組みや環境を整備します。

施策に関連する主な取組

① イノベーション創出促進事業

起業家や事業者、学生、研究者などの多様な人材の交流を促す「イノベーション創出促進拠点」の運営、市内企業と、必要な技術・ノウハウなどを持ったパートナー企業のマッチングを通じた、オープンイノベーションによる新規事業開発の伴走支援プログラムの実施、成長産業分野に属するベンチャー・スタートアップ企業の誘致を行い、イノベーション創出環境の形成と、新事業の創出を図ります。

② ロボット産業活性化事業（ネットワーク形成事業）

成長分野であるロボット産業の振興のため、企業、大学、行政や各支援機関による協議会の運営を通じて、情報共有のためのネットワークを構築し、セミナー等の事業を実施します。

③ 中小企業研究開発補助金

市内中小企業者の新製品・新技術開発や新分野進出を支援するため、研究開発に要する経費の一部を補助します。

基本施策 1.1.2 高付加価値な製品とその製品を活用した高付加価値サービス等の創出促進

近年では、製品とサービスを組み合わせることにより付加価値の高いビジネスを展開している事例が存在しています。そこで、モノづくりの担い手から新製品を活用した高度なサービスを、商業・サービス業等の担い手から新しいサービスのために必要となる高度な製品を、提案・要請し合うことにより、製品とサービスの付加価値を相互に高め合う仕組みを構築するとともに、モノとサービスを絶妙に組み合わせた付加価値の高いビジネスやソリューションを創出します。

施策に関連する主な取組

- ① 中小企業研究開発補助金<再掲>
- ② 中小企業融資制度

市内で操業する中小企業の事業活動に必要な資金の融資を、市と金融機関が協力して行います。金利の一部の利子補給等により業種を問わず、市内中小企業の健全な発展と振興を推進します。

基本施策 1.1.3 国際交流が促進される環境の整備とビジネス機会の拡大

ビジネスの可能性を広げていくためには、適切なビジネスパートナーとの出会いを、市内・国内にとどまらず、グローバルな範囲にまで広げ、求めていく必要があります。このため、国内・海外企業から有用性の高いパートナーを探すためのマッチングシステムや商談のサポートなど、国際交流を深めるための環境を整えます。

施策に関連する主な取組

① 国際化支援事業

海外展開を進めるためのノウハウや知的財産権制度、諸外国の経済動向、法律・商習慣等に関するセミナーを開催し、市内企業の国際化を支援します。

② 市内企業の海外進出支援

市内企業の海外進出を支援するため、海外で開催される見本市に出展する際の経費の一部や、デジタルを活用した越境ECやオンライン商談会への参加、自社WEBページの多言語化への取組に係る経費の一部を助成します。

③ コンベンション機能⁷の整備・促進

ビジネス機会の創出や文化・教育機能の向上、来街者の増加を図るために、リニア中央新幹線の開通等に合わせ、コンベンション機能の整備・促進を進めます。また、コンベンションビューロー⁸の設置等、コンベンション機能を最大限に生かすための取組について検討を進めます。

④ MICE⁹の誘致

新たなビジネスやイノベーションの契機となるとともに、地域経済への波及効果が期待できる国際会議や大規模な展示会・イベント等のMICE誘致を促進し、大都市圏で開催されるMICE等への参加者をターゲットとしたアフターコンベンション¹⁰誘致の取組を支援します。

⁷ コンベンション機能：人、情報、知識、物などの交流の場や会議等呼び込むシステムの総称を指します。

⁸ コンベンションビューロー：国内外からの会議を誘致する組織です。会議に限らず誘客のために観光情報の発信などの役割を担うこともあります。

⁹ MICE：企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字をつなげたもので、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称を指します。

¹⁰ アフターコンベンション：会議や展示会、イベント等の後の催しや懇親会のことです。

基本施策 1.1.4 農商工が一体となった地産地消の促進

本市は、利便性に優れた都市部と清流を育む広大な森林や湖などの恵まれた自然環境を有し、市内で生産したものを、市内で加工し、市内で消費する地産地消を実践する条件の整った地域といえます。食の質の向上や安全に対する意識の高まりを背景に、消費者が原材料や作り手の分かる「顔の見える商品」を嗜好するようになってきていることから、農業、商業、サービス業、工業が一体となって地産地消の促進に取り組むことにより、相模原生活の魅力を創出します。また、高齢化の進行に伴う農業と福祉の連携など、新たな取組が出てくることも予想されることから、農商工連携の推進に当たっては、そうした新たな動きとの連携も視野に入れながら取組を推進します。

施策に関連する主な取組

① 地域ブランドの創出に対する支援

市内産農産物の普及啓発を行うとともに、地場農産物の統一ブランド「さがみはらのめぐみ」を活用した地域ブランド製品の創出に向けた支援を行います。

② 農商工連携の促進

商工業者の農産物に対するニーズを把握し、農業者とのマッチングの場を提供することや商品開発、販路開拓につながる取組を促進します。

③ 農業の6次産業化¹¹の促進

農業者の6次産業化への取組に関する相談に対して、県等関係機関との連携により適時適切な対応を図るなど事業化に向けた取組を支援します。

④ 地場産木材の利活用促進事業

市民の共通財産である森林を次世代に確実に引継ぐため、「さがみはら森林ビジョン」に基づき、市民の森基本計画の検討、さがみはら津久井産材の利用拡大や木材生産体制の確立への取組などを通じて、森林の保全・再生、林業の振興を図ります。

⑤ 中小企業融資制度<再掲>

⑥ 金原地区土地改良事業

金原地区については、将来にわたって農地を保全すべき場所として、農業振興とこれを基軸とした地域の活性化を図ることを目指し、土地改良事業による農業生産基盤の整備を推進します。

⑦ 他業種や大学等とのマッチング機会の創出

異業種交流会やセミナーの開催等、様々な業種や大学等とのマッチングができる機会を創出します。

¹¹ 6次産業化：第1次産業である農林水産業者が、生産した農産物を原材料とした加工食品の製造・販売、地域資源を生かしたサービス（例えば観光農園）など、第2次産業や第3次産業まで事業を展開することです。1、2、3の掛け算で6次産業化と呼ばれています。

基本施策 1.1.5 多様な産業との連携による観光施策の推進

首都圏南西部の広域交流拠点を目指す本市にとって経済の発展は不可欠であり、そのためには、様々な資源を生かして魅力を創出し、国内外からの訪問客を増やす取組が必要となります。農業では良好な農地の広がりや2か所の大型直売所、商業・サービス業ではにぎわいのある既存商業地と広域交流拠点整備による商業・業務機能の新たな集積等、工業では本市の強みである優れたものづくり技術を持つ事業所の集積や成長分野である産業用ロボットの拠点施設など、様々な資源を活用し、見学や体験を通じた観光施策を推進することにより、本市の魅力を創出・発信します。

施策に関連する主な取組

① 都市型観光の推進

中心商業地をはじめとしたまちづくりの中で、都市のにぎわいを生かした観光交流を生み出す仕組みや居心地の良い空間の創出を通じて、駅前や商業地のにぎわいのある地域づくりを推進します。

② 金原地区土地改良事業<再掲>

③ グリーン・ツーリズムの促進

自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動となる「グリーン・ツーリズム」の取組として、津久井地域を中心に、農業体験、農産物加工体験や古民家を活用した宿泊施設の整備などを促進します。

④ 産業観光の推進

広域交流拠点整備による産業集積や成長分野である産業用ロボットの拠点施設などの資源を活用し、見学や体験を通じた産業観光を推進します。

⑤ 観光を生かした産業創出拠点の整備促進

観光を生かした産業創出拠点の整備を促進するとともに、拠点の持つ集客力を生かし、市内関連産業や周辺の地域資源等との連携を図ることにより、市内関連産業における特産品開発等の新たなビジネスチャンスや情報発信機会の創出、拠点を核とした回遊性向上による周辺地域を含めた観光振興、地域における雇用の創出等、拠点を核とした観光を生かした地域経済活性化のモデルづくりを目指します。

【戦略2】 成長産業の集積とイノベーションによる価値の創造

施策の方向性 2.1 新しい成長分野を開拓し市場の獲得を促す

基本施策 2.1.1 成長産業の集積促進

本市の基幹産業である製造業を中心とした産業集積基盤の更なる強化を図り、雇用の促進や経済波及効果などによる持続可能な都市経営を実現するため、産業集積促進方策に基づき、市外からの成長産業の積極的な誘致に取り組むとともに、引き続き市内企業についても市内再投資を支援するなど戦略的な企業誘致を進めます。また、昼間人口の市外流出の要因としてオフィスの集積の低さ等が挙げられるため、こうした課題に対応し、市内の中心市街地への業務機能、研究開発機能、スタートアップ企業等の企業立地を促進します。

施策に関連する主な取組

① 企業の立地促進事業

産業集積促進条例の第4期目の制度改正により、これからの本市経済をけん引し、強固な産業集積基盤の形成を更に推し進める産業を「リーディング産業」として位置付け、同産業へのインセンティブ¹²を設けた制度設計のもとで、リーディング産業に係る企業を中心に積極的に市外からの誘致に取り組むとともに、併せて、市民の雇用の創出・定着化や本社の誘致、工業用地の保全活用を図ります。

リーディング産業：「ロボット」「航空宇宙」

② イノベーション創出促進事業<再掲>

③ 当麻地区整備促進事業

圏央道相模原愛川ICに隣接する当麻地区（約80.6ha）のうち、北側の花ヶ谷戸地区（約5.1ha）及び南側の当麻宿地区（約14.5ha）において、土地区画整理事業の実施により、これまで、合計約18.2haの工業用地が創出されており、今後も、その恵まれた交通利便性を生かし、産業を中心とした環境と共生する新たな都市づくりの拠点として市街地整備を進めます。

④ 麻溝台・新磯野地区整備推進事業

圏央道相模原愛川ICから約3kmに位置する麻溝台・新磯野地区（約148ha）については、立地特性を生かした、産業を中心とした新たな拠点として、魅力ある良好な市街地環境の形成を図ります。このうち先行して取組を進めている第一整備地区（約38.1ha）において、市施行の土地区画整理事業の実施により約15.1haの工業用地が創出される予定です。また、第一整備地区を挟んだ北部及び南部地区においては、事業主体となる地権者組織や事業検討パートナーと共に、組合施行による土地区画整理事業の早期事業化に向けた取組を実施します。

⑤ 産業用地の創出

製造業等の企業立地の促進と産業用地の創出等に取り組むことにより、戦略的な企業誘致を進めます。

¹² インセンティブ：本来の「誘因」から転じて、ここでは「やる気を引き出す措置」の意味となります。

⑥ 産業を中心とした新たな都市づくりの拠点の形成

当麻地区や麻溝台・新磯野地区においては、産業機能を含む複合的な都市づくりを推進します。

⑦ まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進

リニア中央新幹線神奈川県駅（仮称）設置を契機とした橋本駅周辺のまちづくり、相模総合補給廠の返還等によって生じる新たなまちづくりの機会を捉え、本市の特性を生かした誘致施策を検討し、業務機能、研究開発機能、スタートアップ企業等の更なる立地を促進します。

基本施策 2.1.2 既存企業の成長産業への参入促進

本市の工業は、金属製品や一般機械などの機械系の組立型業種、素材系業種の集積度の高さが強みとなっています。これらの業種は、ロボット、航空宇宙、再生可能エネルギー、次世代モビリティ等の成長産業との親和性が高いことから、該当業種の担い手となっている市内企業のうち、成長産業参入の潜在能力と意欲を持つ企業に対して、その参入を支援し、市内の成長産業の担い手を増やします。

施策に関連する主な取組

① イノベーション創出促進事業<再掲>

② 新規事業展開・経営革新セミナー

新規事業の考え方と実践のセミナーを開催します。漠然としたアイデアを「経営革新承認申請書」へ落とし込むまでの具体的なアドバイスをを行います。

③ ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業）

ロボット産業の振興のため、企業と大学や研究機関による先端的なロボットの研究開発を支援します。

④ 中小企業研究開発補助金<再掲>

⑤ 中小企業融資制度<再掲>

基本施策 2.1.3 国内外の成長市場の獲得のための販路開拓支援

経済のグローバル化に伴って、国際間のモノやサービスの取引が日常化してきており、市内の中小企業にとっては、海外企業との取引拡大の機会を捉えていく必要性がこれまで以上に強まるものと考えられます。また、コロナ禍を契機としてサプライチェーンの再編・強化に向けて国内回帰の動きもある中で、国内市場に対する重要性も再認識されています。こうしたことから、国内外への販路開拓を支援します。

施策に関連する主な取組

① 市内企業の海外進出動向調査

市内企業の海外進出先のニーズを把握し、効果的な海外進出支援につなげます。

② 国際化支援事業<再掲>

③ 市内企業の海外進出支援<再掲>

④ 国内見本市出展助成事業

市内中小企業の販路開拓を支援するため、国内で開催される見本市に出展する際の経費の一部を助成します。

⑤ ロボット産業活性化事業（魅力PR事業）

ロボット関連の市内中小企業の国際ロボット展への共同出展や技術PRのためのガイドブック作成など、市内中小製造業の魅力を発信します。

⑥ トライアル発注認定制度

優れた新製品の生産や新役務の提供により、新たな事業分野の開拓を図る市内中小企業者を認定し、販路開拓等を支援します。

施策の方向性 2.2

イノベーションにより新たな価値を創造する

基本施策 2.2.1

イノベーション創出環境の形成と新事業創出の推進

橋本駅周辺では、リニア中央新幹線神奈川県駅（仮称）の設置を見据え、広域的な交通ネットワークの形成や、人が広域的に交流するゲートとして多様な都市機能の集積を促進し、「産業の活力と賑わいがあふれる交流拠点」の形成を推進しています。このような状況を踏まえ、様々な産業の担い手が交流・連携し、イノベーションが創出される環境を形成するとともに、新産業創出の担い手となるベンチャー・スタートアップ企業の誘致、育成支援を通して、新事業の創出を推進します。

施策に関連する主な取組

① イノベーション創出促進事業<再掲>

② 相模原アクセラレーションプログラム

優れたアイデアを持つ成長意欲の高い人材を相模原から輩出し、将来、株式公開等を目指す起業家の育成を支援します。

③ 広域的なベンチャー・スタートアップ支援組織の構築

県央地域、多摩地域等の近隣地域横断的なベンチャー・スタートアップ支援組織の構築により、相模原市を中心に支援体制の強化を図ります。

基本施策 2.2.2

産学連携等による研究開発の促進によるものづくり技術の高度化

本市には高度な技術や優良な製品を生産する企業が数多く存在しますが、本市の工業は、他の大都市に比較して生産性が低いという課題があることから、企業の継続的な研究開発活動を促して技術の高度化を図ることにより、本市工業の担い手が持つ高度な技術力を更に強化し、より付加価値の高い製品の創出を支援します。

施策に関連する主な取組

① ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業）<再掲>

② 中小企業研究開発補助金<再掲>

③ 産学連携スタート支援助成金制度

市内中小企業者の大学等との産学連携による研究開発や技術開発を促進するため、共同研究等に必要となる費用の一部を補助します。

④ 中小企業融資制度<再掲>

基本施策 2.2.3 情報技術の活用による生産プロセスの高度化とさがみはら発の次世代ものづくりの形の創出

市内企業の競争力強化のため、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進による生産プロセスの自動化や効率化が求められています。同時に、GX（グリーントランスフォーメーション）の推進により、環境負荷の低減とエネルギー効率の向上を図ることも重要となっています。また、デジタル化の進展に伴い、国際社会においても経済安全保障上の観点から、企業の安定した供給・優位性を確保するために、サイバーセキュリティ対策などの守りの面への強化も共通課題となっています。

これらによって、市内企業の持続的成長に向けて必要不可欠な情報技術の活用を多方面から支援することで、生産プロセスの高度化と次世代ものづくりの形の創出に取り組みます。

施策に関連する主な取組

① DX促進支援事業

フォーラムや、勉強会の開催による啓発や、ITパスポートや情報セキュリティマネジメントなどの資格取得のための講座の開催によりデジタル人材の育成を支援することで、市内企業のDX化に向けた取組を促進するとともに、サイバーセキュリティに関する研修等を開催し、市内企業の持続的成長を支援します。

② ロボット導入支援事業

ロボット導入支援センターの運営を通じて、市内企業へのロボット導入支援やセミナーを開催し、市内企業の生産性向上やロボット関連人材の育成を図ります。

③ 中小企業研究開発補助金〈再掲〉

④ 中小企業融資制度〈再掲〉

⑤ GXの促進支援

GX化の先進事例を紹介するセミナー等を開催するなど、市内企業のGX化に向けた取組を促進します。

施策の方向性 2.3

ものづくりの力によりソリューションを創出し市民生活を支える

基本施策 2.3.1

市民の生活を守り、健康の維持増進に資する製品を活用したソリューションの創出

今後、高齢化が更に進むと、医療や福祉などの社会保障余力が低下していく中、何らかの持病や障害などを抱える人が増加することや将来高齢者となった場合の日常生活に不安を感じる市民が数多くいると見込まれます。こうしたことから、健康の維持増進による病気の予防、身体機能が低下しても不安なく生活することができるような製品やサービスの創出に向けた事業者の支援等に取り組みます。

施策に関連する主な取組

① ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業）〈再掲〉

② 「さがみロボット産業特区」との連携

ロボット技術の向上や産業集積を図る、本市を含む県央 10 市 2 町がエリアとなっている、「さがみロボット産業特区」によるサービスロボットの実用化に向けて、県と連携して取り組みます。

③ 中小企業融資制度〈再掲〉

基本施策 2.3.2

脱炭素社会の実現に向けた様々な新エネルギーを活用したソリューションの創出

平成 23（2011）年 3 月の東日本大震災以降、我が国では化石燃料への依存度が高まっています。昨今、脱炭素社会に向けた取組が世界的な潮流となる中、温室効果ガスを削減するには再生可能エネルギーの活用や二酸化炭素の排出量抑制に寄与する技術・エネルギーの活用が必要です。

こうした様々なエネルギーの利活用が事業として成立するには、幾つもの技術的なブレイクスルー¹³が必要であり、本市でもエネルギー関連の技術・製品開発や様々なエネルギーを活用したソリューションサービスの創出を活発化させるための施策を実施します。

施策に関連する主な取組

① 再生可能エネルギー等導入促進事業（太陽エネルギー）

太陽エネルギー利用設備の更なる導入促進に向け、太陽光発電設備や蓄電池等の設置補助事業などを推進します。

② 水素エネルギーの普及促進

水素は多種多様なエネルギー源から製造が可能であり、利用段階では二酸化炭素（CO₂）を排出しない「究極のクリーンエネルギー」として期待されていることから、燃料電池¹⁴自動車の普及促進や導入支援などを推進します。

③ 地場産木材の利活用促進事業〈再掲〉

④ 中小企業融資制度〈再掲〉

¹³ ブレイクスルー：物事や科学技術などについて、難関や障害を突破し、現状を打開することをいいます。

¹⁴ 燃料電池：水素と酸素を電気化学反応させて電気を作る発電装置です。

基本施策 2.3.3 事業者の災害対応能力向上の推進

事業者は、地域に根ざした事業活動を行い、多くの雇用機会を提供するなど、地域経済において、重要な役割を果たしています。

しかしながら、近年自然災害の頻発化などにより、事業活動の継続に支障をきたす事態が生じています。このような中、地域の事業者をめぐる環境の変化を踏まえ、事業者の経営の強靱化を図り、事業活動の継続に資するため、サプライチェーンや地域の経済・雇用を支える事業者を中心として、それらの災害対応力を高める取組や、市民に対する生命・身体の安全確保や災害対応能力の向上に資する製品開発、ソリューションサービスの充実に資する取組を実施します。

施策に関連する主な取組

① 事業者のBCP計画策定の促進

事業者独自のBCP計画の策定を促進します。また、中小企業が策定した防災・減災の事前対策に関する「事業継続力強化計画」制度の認定取得を促進します。なお同認定を受けた中小企業は、税制措置や金融支援、補助金の加点などの支援策が受けられます。

② 「さがみロボット産業特区」との連携<再掲>

③ 中小企業融資制度<再掲>

④ 事業継続力強化支援計画の認定等

商工会・商工会議所と市で共同し、事業者の事業継続力強化を支援するための「事業継続力強化支援計画」の認定に向け取り組み、地域の事業者の防災対応力の強化を図ります。

【戦略3】地域資源の活用による魅力の創出とブランドの確立

施策の方向性 3.1 まちの魅力の磨き上げと積極的な発信により交流を促進する

基本施策 3.1.1 地域資源と商業・サービス業の結合・融合による魅力の向上と新たな魅力の創出

本市は、利便性に優れた都市部と清流を育む広大な森林や湖などの恵まれた自然環境を有する都市と自然がベストミックスするまちです。今後は多様な地域資源を発掘、活用して、周辺の商業やサービス業に携わる事業者が連携して当該資源の魅力を基に、地域全体の活性化と魅力の向上に取り組めるように支援を行います。

加えて、本市には様々な名産品等があり、それぞれが相模原のブランドとして発信されているものの、「他の地域との差別化を図れる相模原市の総括的な地域イメージ」として、さがみはらブランドが確立されていないことから、その具体的な内容を確立し、定着を図ります。

施策に関連する主な取組

- ① 宇宙航空研究開発機構（JAXA¹⁵）と連携した宇宙関連産業の成長支援と宇宙の魅力を生かした商業振興
市内企業の宇宙関連産業への進出を支援するため、宇宙航空研究開発機構（JAXA）との連携によるセミナーや共同研究を実施します。また、宇宙をテーマにしたイベント等を支援し、商業・サービス業の魅力向上につなげます。
- ② 歴史や文化、街並み等を生かしたイベントの支援
本市の歴史、文化、街並みや博物館等の本市が持つ特徴ある施設等を生かした地域活性化イベント等の支援を行い、街のにぎわいを高めます。
- ③ ロボット産業活性化事業（魅力PR事業）〈再掲〉
- ④ さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援
さがみはらブランドの確立につながる地域の魅力的な製品・サービス等の情報を市内外に発信して、本市の魅力を対外的にPRする取組を支援します。
- ⑤ 地域ブランドの創出に対する支援〈再掲〉
- ⑥ 農商工連携の促進〈再掲〉
- ⑦ リニアを生かした経済・産業振興
リニア中央新幹線の神奈川県駅（仮称）や関東車両基地の設置を契機とした経済・産業振興に関する取組を支援します。
- ⑧ 集客の核となる個店の創出
中心市街地等に核となる店舗を創出し、エリア全体のイメージや集客力を高めることにより、街のにぎわいの向上を図ります。

¹⁵ JAXA：国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構のことで、英称の Japan Aerospace eXploration Agency から JAXA と略称されています。

⑨ インバウンド¹⁶事業の推進

情報媒体の多言語化や、新たな海外向け情報発信ルートの開拓を図ることにより、本市の産業や観光等の魅力を発信し、外国人の来訪を促進します。

⑩ ニューツーリズムの発掘・開発

自然や文化、スポーツ、医療、健康など、テーマごとの地域資源を生かした多様な体験型観光プログラムの発掘・開発や観光商品化を図るなど、ニューツーリズムを推進します。

⑪ M I C E の誘致<再掲>

⑫ さがみはらブランドの確立と認証等

さがみはらブランドを「他の地域との差別化を図れる相模原市の総括的な地域イメージ」として、本市産業や地域資源の優位性等を基に、今後発信していくべきさがみはらブランドの内容の確定を図ります。また、さがみはらブランドの内容を体現している製品やサービスに対し認証を与える等の方法により、さがみはらブランドの市内外への発信とブランドイメージの定着を図ります。

¹⁶ インバウンド：外国人による訪問のことです。

基本施策 3.1.2 広域交通基盤の強化を機会とした、業務、商業、サービス機能の集積促進

圏央道の開通や市内2箇所のインターチェンジの設置、リニア中央新幹線の神奈川県駅（仮称）の設置等、広域交通ネットワークの充実により、本市には今後大幅な交流人口の増加が見込まれます。こうした交通面で新たに加わる強みを的確に捉え、本市を来訪した人々が滞留して楽しんでいただけるよう、中心市街地や地区中心商業地などを対象に、業務・商業・サービス機能の集積を図ります。

施策に関連する主な取組

① 中心市街地の魅力の向上

中心市街地においてにぎわいを創出し、魅力向上につながる取組を進めるとともに、その在り方について検討します。

② 商業地形成事業の推進

商業機能を充実させるとともに業務機能の集積を図ることにより、複合的な都市機能を備えた商業地の形成を図ります。

③ 地区計画等によるまちづくりの推進

調和のとれた魅力ある街並みを形成するために地権者や商業者が取り組む「まちづくり協定」や「地区計画」等のルールづくりを支援します。

④ リニア駅設置を見据えたまちづくりの推進

リニア中央新幹線神奈川県駅（仮称）の設置を契機とした橋本駅周辺のまちづくりを新たな機会と捉え、来訪した人々に地域内を滞留・回遊してもらえるよう検討を進めます。

⑤ コンベンション機能の整備・促進<再掲>

⑥ MICEの誘致<再掲>

⑦ まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進<再掲>

基本施策 3.1.3 既存商業機能のリノベーション¹⁷による街のにぎわいの創出

本市の商店街では、経営難や後継者不足による空き店舗が生じています。空き店舗の増加は買回り機能の低下や街のにぎわいの喪失などに直結することから、遊休不動産の再生を図るリノベーションを進めていく必要があります。空き店舗の活用を促進するため、商業者、不動産所有者、大学等と連携して実施し、新しい産業の創出や街のにぎわいづくりを図ります。

施策に関連する主な取組

① 空き店舗活用事業

空き店舗を休憩所等の共同施設、商店街の活性化に必要な業種、コミュニティ施設¹⁸として活用する商店街に対し支援を行います。

② チャレンジショップ支援事業

市内の商店街の空き店舗を活用し、新たな事業を行う者に支援を行い、商店街の活性化を図ります。

③ 中小企業融資制度<再掲>

④ 集客の核となる個店の創出<再掲>

¹⁷ リノベーション：用途や機能を変更して性能を向上させたり、付加価値を与えたりすることです。

¹⁸ コミュニティ施設：地域社会の住民の交流や催しなどに利用される施設のことです。公民館、住民センター、集会所などが該当します。

基本施策 3.1.4 街の中核と周辺のネットワーク形成による、街の厚みの創出

本市の中心市街地では、大型店など核となる集客施設はあるものの、買い物とともに食事を楽しみ、風景を眺めるといった、消費者をまちに引き留め、周辺への消費活動を引き出す仕掛けについては未熟な部分が残されています。

このため、市内の既存の商業集積地域において、来訪した人々に地域内を滞留・回遊してもらえるような街の厚みの創出を図ります。

施策に関連する主な取組

- ① 中心市街地の魅力の向上<再掲>
- ② 商業地形成事業の推進<再掲>
- ③ 地区計画等によるまちづくりの推進<再掲>
- ④ 集客の核となる個店の創出<再掲>
- ⑤ エリアマネジメント¹⁹の支援
地権者、開発業者、住民等から構成されるまちづくり団体が主体的に取り組む良好な環境の形成や地域活性化活動を支援します。
- ⑥ まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進<再掲>
- ⑦ 次世代モビリティの導入
自動運転技術等を活用した次世代モビリティの導入を検討します。

¹⁹ エリアマネジメント：地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取組のことです。取組の内容は、良好な美しい景観の形成、安全・安心な地域づくり、コミュニティの形成等、地域によって様々です。

施策の方向性 3.2**生活の質を維持・向上し、活力ある未来を実現する****基本施策 3.2.1****地域の暮らしやにぎわいを支える商店街の振興**

全国の傾向と同様に、本市においても商店街の店舗数は減少傾向にあります。地域コミュニティ形成の核となる商店街を活性化し、住民の交流による地域のにぎわいを維持・向上させるため、空き店舗の活用により、商店街に再び活気を取り戻すための施策を実施します。

施策に関連する主な取組

① 商店街振興支援事業

地域の特性を生かした商店街の環境整備やソフト事業の支援、アドバイザーの派遣により、商店街の各店舗の売上向上に向けた取組を支援するとともに、より効果的な支援の在り方を検討します。

② 中心市街地の魅力の向上<再掲>

③ 空き店舗活用事業<再掲>

④ チャレンジショップ支援事業<再掲>

⑤ 後継者人材の育成支援

次世代を担う若手経営者や商店後継者を対象に、商店街及び商店の担い手として必要な資質を得るための機会を創出します。

⑥ 中小企業融資制度<再掲>

⑦ 商店街再生に向けた取組の支援

商店の担い手づくりが円滑に進むよう、後継者人材の育成支援の仕組みを構築します。

⑧ ICTを活用した商業環境の整備の促進

公衆無線LAN²⁰の整備等、ICTを活用した商店街の販路拡大に関する取組を支援します。

²⁰ 公衆無線 LAN：一定のエリアや店舗にいる人なら誰でも、無線方式のコンピュータ・ネットワークを利用してインターネットに接続できるサービスです。

基本施策 3.2.2 高齢化社会の進行に伴う買い物弱者対策の推進

高齢化の進行に伴い移動困難者が増加することにより、買い物弱者も増加することが懸念されます。このため、流通事業者や交通事業者、地域のコミュニティと連携して、将来にわたって地域住民が安心して買い物ができる環境を維持するための施策を講じます。

施策に関連する主な取組

- ① 公共交通以外の移動手段がない方の日常生活に必要な移動手段の確保等
コミュニティバス²¹や乗り合いタクシー等の運行や、地域主体の移動手段確保策の導入支援を推進します。
- ② 商店街・民間事業者による買い物支援の促進
商店街による地域コミュニティを生かしたきめ細やかな買い物支援に関する取組や、民間事業者による移動販売の実施等を支援します。
- ③ 高齢者等へのボランティアや企業等を活用した買い物支援の検討
買い物に対し日常的に不便を強いられている高齢者のニーズについて把握し、販売事業者のニーズと結び付けるとともに、ボランティアやコミュニティビジネス²²等による取組など、様々な主体による買い物弱者対策への支援を検討します。
- ④ 次世代モビリティの導入〈再掲〉

²¹ コミュニティバス：地方自治体が住民福祉の向上を図るため交通空白地域・不便地域の解消、高齢者等の外出促進等を目的として、自らが主体的に運行を確保するバスのことです。

²² コミュニティビジネス：地域の住民が、地域の課題の解決に向けて、ビジネスの手法を用いて主体的に取り組む事業のことです。

基本施策 3.2.3 地域課題を解決するコミュニティビジネスの創出支援

人口減少により行政の担い手も将来的な減少が見込まれる中、地域課題の解決に当たっては、民間と行政が協働して取り組む必要性が今後ますます高まるものと見られ、民間にとってはコミュニティビジネスの起業機会の増加が見込まれます。その中で人口減少や少子高齢化等の社会課題に対応したサービスを創出し、持続可能なコミュニティの形成を実現します。

施策に関連する主な取組

① コミュニティビジネスの促進

地域の人々との幅広い関係性を有するコミュニティビジネス事業者による地域課題の解決を促進します。

② 中小企業融資制度<再掲>

③ 多様な事業主体によるコミュニティサービス提供の促進

地域課題の解決に貢献可能な多様な事業主体の掘り起しを図り、コミュニティ向けサービスの提供を促進します。

④ 地域の団体間の情報共有の促進

地域課題を洗い出し、その解決のため地域コミュニティビジネス事業者間での情報共有を促進します。

⑤ 地域住民が自ら担い手となるビジネス機会の創出

多様化する地域課題に対応するため、地域に潜在する様々な知識やノウハウをもつ人材を発掘しビジネス機会を創出するとともに、自らが課題解決の担い手となるよう支援します。

基本施策 3.2.4 Eコマース²³を活用した商業ビジネスモデルの促進

店舗数や年間商品販売額の減少に見られるように小規模な個店にとっては厳しい事業環境となっていますが、そうした中でも事業継続・拡大に邁進する事業者も見られます。そこで、意欲ある事業者を中心として、Eコマースを活用したビジネスモデルの導入を促すことにより、地域にとどまらない顧客層の発掘を支援し、多様な個店を擁する魅力的な市内商業の維持・発展を図ります。

施策に関連する主な取組

① 商店街振興支援事業<再掲>

② キャッシュレス決済導入促進による販路開拓

商店街の各店舗に対し、主流となりつつあるキャッシュレス決済導入を促し、利便性を高めることにより、販路開拓につなげます。

²³ Eコマース：コンピュータ・ネットワーク上の電子的な情報通信によって商品やサービスを売買することです。「電子商取引」とも呼ばれます。

【戦略4】産業を支える基盤づくりの推進

施策の方向性 4.1 市内産業の持続可能な成長と発展に資する基盤づくりを推進する

基本施策 4.1.1 産業人材の確保・育成、定着の支援

業種を問わず多くの企業では、人材の確保・育成、その後の定着等に苦慮しています。優良な人材確保を円滑化することは、個々の市内企業ひいては市内産業全体のレベルアップにつながる意義があることから、本市では人材の採用や定着、既存人材の育成・実力向上等を継続的に支援していきます。

施策に関連する主な取組

① ものづくり企業総合支援事業

中小企業診断士等のコーディネーターが、ものづくりを中心とした企業を訪問し、事業者が求める経営課題の解決に向けて総合的なサポートを行うことを支援します。

② DX促進支援事業<再掲>

③ ものづくり人材育成事業

市内中小企業のものづくり人材育成を支援するため、生産管理手法等の習得を目的としたセミナーを開催します。

④ 中小企業技術者育成支援事業

市内中小企業の技術者等に向けて、技術力・知識力を高めることを目的に研修や講座を実施します。

⑤ 無料職業紹介事業

相模原市就職支援センターにおいて、就職に困難を抱えている方々を対象に、求人開拓、キャリアカウンセリング²⁴、求職者支援講座、就職支援情報の提供、無料の職業紹介を実施します。

⑥ 若年無業者・フリーター就労支援事業

若年無業者・フリーターと呼ばれる若者の自立を支援するため、「さがみはら若者サポートステーション」の運営や家族セミナー、若者キャリア開発プログラム事業を実施します。

⑦ 学生・新卒未就職者等就労支援事業

学生等に対して、魅力ある地元企業の求人情報等を掲載した就職支援サイト「サガツクナビ」から情報発信するとともに、若者の市内定着を促進するため、学生のインターンシップ²⁵の推進や市内企業の採用活動の支援、中高生を対象にした市内企業との交流イベントなどを実施します。

²⁴ キャリアカウンセリング：個人が、その適性や職業経験等に応じて自ら職業生活設計を行い、これに即した職業選択や職業訓練等の職業能力開発を効果的に行うことができるよう個別の希望に応じて実施される相談その他の支援をいいます。

²⁵ インターンシップ：企業等が学生に就業体験の機会を提供する制度です。

⑧ 技能功労者表彰

永く同一の職種に従事し、技能の錬磨及び後進の育成等その職種の向上発展に功労のあった者を表彰し、技能尊重の気風を醸成し、技能者の地位向上及び技能習得意欲の高揚を図っていきます。

⑨ 観光人材育成事業

本市の観光振興の基盤を担う事業者や関係団体等に対し、観光を担う上で必要な意識や知識を習得できる研修機会を提供します。

⑩ 後継者人材の育成支援<再掲>

⑪ 子どもアントレプレナー体験事業

将来の産業を支える人材を育てるため、会社・経営を疑似体験することにより、子どもたちの可能性を広げ、自己表現を手助けします。

⑫ リスキリングの推進

新しい職業に就くために、あるいは、今の職業で必要とされるスキルの大幅な変化に適応するため、新たな知識・スキルを習得できる機会として、「リスキリング」を推進します。

基本施策 4.1.2 多様な働き方による女性の活躍推進

将来的な産業の担い手不足を解消する有力な手段の一つとして、働く意欲を持ちながら労働市場への参画を見合わせている女性の活躍推進が挙げられます。女性が労働市場へ参画しない事情は様々であり、家庭と仕事を両立するために女性が求めるワークスタイル、ライフスタイルも多様であると考えられることから、その多様性に対応できるように、働き方の選択肢を増やし、女性が活躍できる環境を整える施策を実施します。

施策に関連する主な取組

① 女性起業家の育成支援

女性起業希望者を対象としたセミナー等の開催や、女性特有の不安や悩みを相談できる交流会等を開催します。

② 仕事と家庭両立支援事業

仕事と家庭との両立支援を積極的に行う企業等の表彰や、仕事と家庭両立支援・女性の活躍応援事業として、セミナーを開催します。また、くるみん認定の取得など、ワーク・ライフ・バランス²⁶の推進に取り組む企業に対し、アドバイザーの派遣や補助金の交付による伴走支援を実施します。

③ クラウドソーシング普及支援事業

多様な働き方の促進を図るため、クラウドソーシングによる働き方の周知、導入に向けたセミナー等を実施します。

④ 中小企業融資制度<再掲>

⑤ リスキリングの推進<再掲>

⑥ 市内における女性の活躍を発信する制度の創設

産業分野で女性が活躍する上でのモデルを示すとともに、女性が活躍できる街として本市を広く周知するため、その情報発信の機会として、市内産業界で活躍する女性に対する顕彰等の制度の創設を検討します。

²⁶ ワーク・ライフ・バランス：生活において、仕事とプライベートの双方とも、無理なく、ある程度充実して営むことができている状態を意味します。

基本施策 4.1.3 人的交流や産業集積を支える都市基盤整備の推進

首都圏南西部の広域交流拠点として、新たな都市の活力と魅力を創出するため、多様な大学等の集積やインキュベーション拠点の立地、圏央道など既存の特性を生かしながら、リニア中央新幹線や小田急多摩線の延伸などの更なる広域交通網の充実を図ることにより、インターチェンジ周辺の産業集積や広域的な道路基盤を生かした物流施設の立地誘導を始め、橋本駅周辺地区や相模原駅周辺地区における産業交流拠点・中枢業務拠点の形成を進めます。

また、これらの取組により雇用を創出するとともに、研究開発や新規事業創出などに関わる人々や観光・レジャーに訪れる人々などによる交流人口の拡大を進めます。

施策に関連する主な取組

- ① 当麻地区整備促進事業<再掲>
- ② 麻溝台・新磯野地区整備推進事業<再掲>
- ③ 広域的な道路基盤を生かした物流施設の立地誘導
インターチェンジ周辺に輸送・保管・荷さばき・流通加工を総合的かつ効率的に実施する特定流通業務施設²⁷の立地を誘導します。
- ④ 商業地形成事業の推進<再掲>
- ⑤ 地区計画等によるまちづくりの推進<再掲>
- ⑥ 相模原駅周辺整備事業
相模総合補給廠一部返還地の土地利用及び都市基盤整備の検討を行います。
- ⑦ 橋本駅周辺整備推進事業
リニア中央新幹線の駅設置を見据え、土地利用の検討及び都市基盤の整備を行います。
- ⑧ 産業用地の創出<再掲>
- ⑨ 産業を中心とした新たな都市づくりの拠点の形成<再掲>
- ⑩ コンベンション機能の整備・促進<再掲>
- ⑪ まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進<再掲>

²⁷ 特定流通業務施設：流通業務施設(トラックターミナル、卸売市場、倉庫又は上屋)であって、高速自動車国道、鉄道の貨物駅、港湾、漁港、空港その他の物資の流通を結節する機能を有する社会資本等の近傍に立地し、物資の仕分及び搬送の自動化等荷さばきの合理化を図るための設備、物資の受注及び発注の円滑化を図るための情報処理システム並びに流通加工の用に供する設備を有するものをいいます。

基本施策 4.1.4 市の魅力及び市内産製品・サービスの魅力を伝える強力な情報発信手段の構築

工業、商業、サービス業を振興・発展させるためには、優れた魅力的な製品やサービスを生み出すことと併せて、継続的かつ効果的に情報発信することにより、市内外の多くの人々に、その魅力を知ってもらい、関心を高めてもらうことが重要になります。

現時点では、本市を代表する名物となるような製品やサービス、象徴するイメージが形成されていない段階ですが、今後は良好な相模原のイメージ、相模原ブランドの確立と定着に資するべく、強力かつ効果的な情報発信手段の構築に取り組みます。

施策に関連する主な取組

① シティプロモーションの推進

良好な住環境や豊かな自然、多様な製造業の集積など、本市の持つ様々な魅力を市内外に発信します。

② ロボット産業活性化事業（魅力PR事業）〈再掲〉

③ 商工会議所等関係団体による発信力の強化

本市の魅力を発信するために、商工会議所等の関係団体との連携を強化していきます。

④ さがみはらお店大賞

個性的で魅力ある店づくりを行っており、消費者に支持されている店舗を表彰することで、地域商業の活性化と消費者へのサービス向上を図ります。

⑤ 観光情報発信事業

本市の多様な観光情報を臨機に受発信することにより、観光宣伝による知名度アップとともに、来訪者の利便性の向上を図ります。

⑥ さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援〈再掲〉

⑦ トライアル発注認定制度〈再掲〉

⑧ ものづくり企業支援サイト

高度な技術を有した「ものづくり企業」の技術や魅力等を広くPRするとともに、ものづくりに関する様々な情報を集約し、市内外に情報を発信します。

⑨ インターネット等情報提供事業

産業振興財団のWEBページやメールマガジンを活用して、市内企業の情報や取組に関する情報を広く発信します。

⑩ インバウンド事業の推進〈再掲〉

⑪ さがみはらブランドの確立と認証等〈再掲〉

基本施策 4.1.5 新規事業の発生・成長を促すためのインキュベーション機能の強化、他機能との相乗効果の醸成

インキュベーション機能を有するS I C²⁸では、市内企業はもとより、近隣都市や地方の企業も入居しており、先端的な研究や新しい事業の創出への取組が日々なされています。

同施設が橋本駅近くに立地している利点を踏まえて、インキュベーション機能の強化や他の施設・機能との相乗効果を高めることにより、新事業・新ビジネスの発生・成長を支援します。

また、市内産業の活性化を図るために、創業の促進や育成に向けた取組を産業支援機関と連携しながら進めます。

施策に関連する主な取組

① S I C-オフィス・ラボ等運営事業

インキュベーションマネージャーによる支援と企業の成長レベル、業種に合わせたオフィス、ラボ、工場の提供等を行います。

② S I C入居企業支援

S I C入居企業の成長を図るため各課題の解決に向けて、専門家等と連携し、事業計画、特許出願、プロモーション、販路開拓等経営全般の伴走支援を実施します。

③ S I C地域企業支援

地域企業の成長を図るため各課題の解決に向けて、専門家等と連携し、共同開発、カイゼン²⁹、特許出願、販路開拓、デザイン等の支援を実施します。

④ 創業・開業支援

事業所向けサービス業の創業を促進するために、産業支援団体と連携して、経営、人材育成、販路開拓等の創業に関する相談やセミナーを実施します。

⑤ チャレンジショップ支援事業<再掲>

⑥ 空き店舗活用事業<再掲>

⑦ S O H O³⁰支援事業

S O H O事業者、創業・起業を目指す人や、企業を対象として、スキルアップ研修会や交流の場の提供など様々な支援を行います。

⑧ 図書館を活用したビジネス支援サービス

起業家の自立や新事業の創出を促し、地域経済の活性化を図るため、図書館機能を活用したビジネスに関する情報提供や相談対応、データベース化などのビジネス支援を促進します。

⑨ 中小企業融資制度<再掲>

⑩ 相模原アクセラレーションプログラム<再掲>

⑪ 広域的なベンチャー・スタートアップ支援組織の構築<再掲>

⑫ まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進<再掲>

²⁸ S I C：さがみはら産業創造センターのことで、英称の Sagamihara Incubation Center から SIC と略称されています。

²⁹ カイゼン：現場の発案による作業・業務の見直し活動です。主に製造業が想定されています。

³⁰ S O H O：Small Office/Home Office を略したもので、企業等から委託された仕事を、情報通信を活用して自宅や小規模事務所等で個人事業主として請け負う労働形態、又はその事業主を意味します。

施策の方向性 4.2 技術継承や生産工程の高度化により、ものづくりの基盤を支え続ける

基本施策 4.2.1 安心してものづくりができる産業用地の保全

準工業地域や工業地域などの用途地域においては、開発の自由度が比較的高いことから、工場が移転・閉鎖した跡地に住宅や店舗等を建設することが可能です。住宅等と工場が混在する状況下では、工場操業時に振動や騒音等を周辺に配慮するなど操業がしづらい環境となり、工場の移転につながるものが危惧されます。こうした状況は、市内のものづくり技術の維持・発展に大きな損失となることから、これまで本市で実施してきた工業用地保全の取組を着実に推進します。

施策に関連する主な取組

① 工業用地の保全・活用事業

既存工業用地が継続的にものづくりの場としての土地利用が図られるように、市内工業集積地（工業専用地域及び特別工業地区を除く。）に対し、地区計画や建築協定の導入に向けた支援を行い、良好な操業環境の確保を図ります。

また、住宅等と工場の無秩序な混在による工場の操業環境の悪化を防ぎ、良好な生産環境と居住環境の調和を図るため、住宅開発者に対して工場集積地における住宅開発の自粛や工場との緩衝帯の設置等について配慮するよう求めていきます。

基本施策 4.2.2 技術者育成によるものづくり技術の継承・高度化

市内のものづくりの現場においても高齢化が進んでおり、これまでの高度なものづくりを担ってきた経験豊富な技術者や職人の引退などに伴って、蓄積されてきた技術・技能も失われてしまうことが危惧されます。このため、優れた技術・技能の次世代への継承を支援し、市内工業の技術レベルの低下を防ぎ、更なる技術の高度化の足がかりを築きます。

施策に関連する主な取組

- ① ものづくり人材育成事業<再掲>
- ② 中小企業技術者育成支援事業<再掲>
- ③ 中小企業事業承継支援事業

経営者の高齢化や経営環境の変化による事業不振等により先行きが不透明な企業に対して、事業承継に関する相談や伴走型の支援等を実施し、円滑な事業承継を促進することで、企業の再生に取り組みます。

基本施策 4.2.3 ロボット技術を活用した生産工程の高度化による競争力の強化

人口減少、特に生産年齢人口の減少は我が国全体に共通する構造的な課題であり、ものづくり現場においても他の産業と同様に、その働き手が減少していくことは避けられない状況です。こうした中で、将来の労働力不足を補い生産規模を維持・拡大していくため、生産現場におけるロボットの導入・実装を支援し、ロボット技術を活用した生産工程の高度化を図ります。

施策に関連する主な取組

- ① ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業）〈再掲〉
- ② ロボット導入支援事業〈再掲〉
- ③ 産業用ロボット導入補助金
産業用ロボットを導入し、生産性の向上を図る事業者を支援します。
- ④ 中小企業融資制度〈再掲〉
- ⑤ 次世代通信技術の導入
橋本駅を中心とした地域において次世代通信技術の導入に向けた取組を促進します。
- ⑥ ロボットフレンドリーな環境³¹の導入
ロボットフレンドリーな環境の実現に向けた取組を促進します。

³¹ ロボットフレンドリーな環境：ユーザー側の業務プロセスや施設環境において、ロボットを導入しやすい環境のことです。

図表 2-4 基本施策と主な取組

基本施策	施策に関連する主な取組
1.1.1 広域交流拠点の機能を生かした連携の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・イノベーション創出促進事業 ・ロボット産業活性化事業（ネットワーク形成事業） ・中小企業研究開発補助金
1.1.2 高付加価値な製品とその製品を活用した高付加価値サービス等の創出促進	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業研究開発補助金<再掲> ・中小企業融資制度
1.1.3 国際交流が促進される環境の整備とビジネス機会の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・国際化支援事業 ・市内企業の海外進出支援 ・コンベンション機能の整備・促進 ・MICEの誘致
1.1.4 農工商が一体となった地産地消の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランドの創出に対する支援 ・農工商連携の促進 ・農業の6次産業化の促進 ・地場産木材の利活用促進事業 ・中小企業融資制度<再掲> ・金原地区土地改良事業 ・他業種や大学等とのマッチング機会の創出
1.1.5 多様な産業との連携による観光施策の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・都市型観光の推進 ・金原地区土地改良事業<再掲> ・グリーン・ツーリズムの促進 ・産業観光の推進 ・観光を生かした産業創出拠点の整備促進
2.1.1 成長産業の集積促進	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の立地促進事業 ・イノベーション創出促進事業<再掲> ・当麻地区整備促進事業 ・麻溝台・新磯野地区整備推進事業 ・産業用地の創出 ・産業を中心とした新たな都市づくりの拠点の形成 ・まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進
2.1.2 既存企業の成長産業への参入促進	<ul style="list-style-type: none"> ・イノベーション創出促進事業<再掲> ・新規事業展開・経営革新セミナー ・ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業） ・中小企業研究開発補助金<再掲> ・中小企業融資制度<再掲>
2.1.3 国内外の成長市場の獲得のための販路開拓支援	<ul style="list-style-type: none"> ・市内企業の海外進出動向調査 ・国際化支援事業<再掲> ・市内企業の海外進出支援<再掲> ・国内見本市出展助成事業 ・ロボット産業活性化事業（魅力PR事業） ・トライアル発注認定制度
2.2.1 イノベーション創出環境の形成と新事業創出の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・イノベーション創出促進事業<再掲> ・相模原アクセラレーションプログラム ・広域的なベンチャー・スタートアップ支援組織の構築
2.2.2 産学連携等による研究開発の促進によるものづくり技術の高度化	<ul style="list-style-type: none"> ・ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業）<再掲> ・中小企業研究開発補助金<再掲> ・産学連携スタート支援助成金制度 ・中小企業融資制度<再掲>
2.2.3 情報技術の活用による生産プロセスの高度化とさがみはら発の次世代ものづくりの形の創出	<ul style="list-style-type: none"> ・DX促進支援事業 ・ロボット導入支援事業 ・中小企業研究開発補助金<再掲> ・中小企業融資制度<再掲> ・GXの促進支援
2.3.1 市民の生活を守り、健康の維持増進に資する製品を活用したソリューションの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業）<再掲> ・「さがみロボット産業特区」との連携 ・中小企業融資制度<再掲>
2.3.2 脱炭素社会の実現に向けた様々な新エネルギーを活用したソリューションの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・再生可能エネルギー等導入促進事業（太陽エネルギー） ・水素エネルギーの普及促進 ・地場産木材の利活用促進事業<再掲> ・中小企業融資制度<再掲>
2.3.3 事業者の災害対応能力向上の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者のBCP計画策定の促進 ・「さがみロボット産業特区」との連携<再掲> ・中小企業融資制度<再掲> ・事業継続力強化支援計画の認定等

基本施策	施策に関連する主な取組
3.1.1 地域資源と商業・サービス業の結合・融合による 魅力の向上と新たな魅力の創出	<ul style="list-style-type: none"> ・宇宙航空研究開発機構（JAXA）と連携した宇宙関連産業の成長支援と宇宙の魅力を生かした商業振興 ・歴史や文化、街並み等を生かしたイベントの支援 ・ロボット産業活性化事業（魅力PR事業）〈再掲〉 ・さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援 ・地域ブランドの創出に対する支援〈再掲〉 ・農商工連携の促進〈再掲〉 ・リニアを生かした経済・産業振興 ・集客の核となる個店の創出 ・インバウンド事業の推進 ・ニューツーリズムの発掘・開発 ・MICEの誘致〈再掲〉 ・さがみはらブランドの確立と認証等
3.1.2 広域交通基盤の強化を機会とした、業務、商業、 サービス機能の集積促進	<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地の魅力の向上 ・商業地形成事業の推進 ・地区計画等によるまちづくりの推進 ・リニア駅設置を見据えたまちづくりの推進 ・コンベンション機能の整備・促進〈再掲〉 ・MICEの誘致〈再掲〉 ・まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進〈再掲〉
3.1.3 既存商業機能のリノベーションによる街のにぎ わいの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗活用事業 ・チャレンジショップ支援事業 ・中小企業融資制度〈再掲〉 ・集客の核となる個店の創出〈再掲〉
3.1.4 街の中核と周辺のネットワーク形成による、街の 厚みの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地の魅力の向上〈再掲〉 ・商業地形成事業の推進〈再掲〉 ・地区計画等によるまちづくりの推進〈再掲〉 ・集客の核となる個店の創出〈再掲〉 ・エリアマネジメントの支援 ・まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進〈再掲〉 ・次世代モビリティの導入
3.2.1 地域の暮らしやにぎわいを支える商店街の振興	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街振興支援事業 ・中心市街地の魅力の向上〈再掲〉 ・空き店舗活用事業〈再掲〉 ・チャレンジショップ支援事業〈再掲〉 ・後継者人材の育成支援 ・中小企業融資制度〈再掲〉 ・商店街再生に向けた取組の支援 ・ICTを活用した商業環境の整備の促進
3.2.2 高齢化社会の進行に伴う買い物弱者対策の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・公共交通以外の移動手段がない方の日常生活に必要な移動手段の確保等 ・商店街・民間事業者による買い物支援の促進 ・高齢者等へのボランティアや企業等を活用した買い物支援の検討 ・次世代モビリティの導入〈再掲〉
3.2.3 地域課題を解決するコミュニティビジネスの創 出支援	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティビジネスの促進 ・中小企業融資制度〈再掲〉 ・多様な事業主体によるコミュニティサービス提供の促進 ・地域の団体間の情報共有の促進 ・地域住民が自ら担い手となるビジネス機会の創出
3.2.4 Eコマースを活用した商業ビジネスモデルの促 進	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街振興支援事業〈再掲〉 ・キャッシュレス決済導入促進による販路開拓
4.1.1 産業人材の確保・育成、定着の支援	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり企業総合支援事業 ・DX促進支援事業〈再掲〉 ・ものづくり人材育成事業 ・中小企業技術者育成支援事業 ・無料職業紹介事業 ・若年無業者・フリーター就労支援事業 ・学生・新卒未就職者等就労支援事業 ・技能功労者表彰 ・観光人材育成事業 ・後継者人材の育成支援〈再掲〉 ・子どもアントレプレナー体験事業 ・リスキリングの推進

基本施策	施策に関連する主な取組
4.1.2 多様な働き方による女性の活躍推進	<ul style="list-style-type: none"> ・女性起業家の育成支援 ・仕事と家庭両立支援事業 ・クラウドソーシング普及支援事業 ・中小企業融資制度<再掲> ・リスクリングの推進<再掲> ・市内における女性の活躍を発信する制度の創設
4.1.3 人的交流や産業集積を支える都市基盤整備の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・当麻地区整備促進事業<再掲> ・麻溝台・新磯野地区整備推進事業<再掲> ・広域的な道路基盤を生かした物流施設の立地誘導 ・商業地形成事業の推進<再掲> ・地区計画等によるまちづくりの推進<再掲> ・相模原駅周辺整備事業 ・橋本駅周辺整備推進事業 ・産業用地の創出<再掲> ・産業を中心とした新たな都市づくりの拠点の形成<再掲> ・コンベンション機能の整備・促進<再掲> ・まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進<再掲>
4.1.4 市の魅力及び市内産製品・サービスの魅力を伝える強力な情報発信手段の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・シティプロモーションの推進 ・ロボット産業活性化事業（魅力PR事業）<再掲> ・商工会議所等関係団体による発信力の強化 ・さがみはらお店大賞 ・観光情報発信事業 ・さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援<再掲> ・トライアル発注認定制度<再掲> ・ものづくり企業支援サイト ・インターネット等情報提供事業 ・インバウンド事業の推進<再掲> ・さがみはらブランドの確立と認証等<再掲>
4.1.5 新規事業の発生・成長を促すためのインキュベーション機能の強化、他機能との相乗効果の醸成	<ul style="list-style-type: none"> ・S I C-オフィス・ラボ等運営事業 ・S I C入居企業支援 ・S I C地域企業支援 ・創業・開業支援 ・チャレンジショップ支援事業<再掲> ・空き店舗活用事業<再掲> ・S O H O支援事業 ・図書館を活用したビジネス支援サービス ・中小企業融資制度<再掲> ・相模原アクセラレーションプログラム<再掲> ・広域的なベンチャー・スタートアップ支援組織の構築<再掲> ・まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進<再掲>
4.2.1 安心してものづくりができる産業用地の保全	<ul style="list-style-type: none"> ・工業用地の保全・活用事業
4.2.2 技術者育成によるものづくり技術の継承・高度化	<ul style="list-style-type: none"> ・ものづくり人材育成事業<再掲> ・中小企業技術者育成支援事業<再掲> ・中小企業事業承継支援事業
4.2.3 ロボット技術を活用した生産工程の高度化による競争力の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ロボット産業活性化事業（ロボット技術高度化事業）<再掲> ・ロボット導入支援事業<再掲> ・産業用ロボット導入補助金 ・中小企業融資制度<再掲> ・次世代通信技術の導入 ・ロボットフレンドリーな環境の導入

6 重点プロジェクト

「さがみはら産業振興ビジョン」では、本市が目指す産業像の実現化に向けて4つの戦略を掲げ、それに基づく方向性（行動指針）、基本施策、実施事業の体系により進めることとしています。

実効性を高めるためには、今後の検討事業を含め、全ての事業に着実に取り組むことが必要となりますが、特に、将来に向けて重点的に実施すべき取組を抽出し、それらの取組を効果的に進めることが重要となります。

また、今後は、人口が減少し、高齢化が急速に進むことが見込まれており、差し迫るそうした社会の変化に対して、産業政策においてもいかに対応するかが喫緊の課題となっています。

さらに、グローバル化の進展に伴い国内外の競争が激化する中で、本市が将来にわたり持続的に発展するためには、市内企業等の競争力の維持・向上を図ることが必要不可欠です。

ここでは、こうした本市が喫緊に対応すべき2つの課題に着目して重点的に実施すべき取組を抽出し、次の7つを重点プロジェクトとして位置付けました。

- 重点プロジェクトⅠ ひとづくり・まちの新たな魅力づくりによる商業振興
- 重点プロジェクトⅡ ロボット技術を活用した生産・サービス・ライフスタイルの革新
- 重点プロジェクトⅢ 産学連携等による新産業の創出と中小企業の育成・支援
- 重点プロジェクトⅣ イノベーションの創出と戦略的な企業誘致の推進
- 重点プロジェクトⅤ 多様な地域資源を活用した経済の活性化
- 重点プロジェクトⅥ 交流人口の拡大に向けたグローバルなまちづくりの推進
- 重点プロジェクトⅦ 世界に向けた販路開拓支援

なお、各重点プロジェクトの取組内容については、4つの戦略から横断的に抽出し、関連性が高く相乗効果が見込まれるものを組み合わせた施策パッケージとして整理しています。

図表 2-5 施策体系と重点プロジェクト

重点プロジェクト		基本施策
I ひとづくり・まちの新たな魅力づくりによる商業振興	(1)商店街の再生	3.1.3 既存商業機能のリノベーションによる街のにぎわいの創出 3.2.1 地域の暮らしやにぎわいを支える商店街の振興
	(2)買い物弱者対策の推進	3.2.2 高齢化社会の進行に伴う買い物弱者対策の推進
		3.2.3 地域課題を解決するコミュニティビジネスの創出支援
II ロボット技術を活用した生産・サービス・ライフスタイルの革新	(1)ロボット産業の活性化	1.1.1 広域交流拠点の機能を生かした連携の推進
		2.1.2 既存企業の成長産業への参入促進
		2.1.3 国内外の成長市場の獲得のための販路開拓支援
	(2)産業用ロボットの導入支援	2.2.3 情報技術の活用による生産プロセスの高度化とさがみはら発の次世代ものづくりの形の創出 4.2.3 ロボット技術を活用した生産工程の高度化による競争力の強化
(3)サービスロボットの普及促進	2.3.1 市民の生活を守り、健康の維持増進に資する製品を活用したソリューションの創出	
III 産学連携等による新産業の創出と中小企業の育成・支援	(1)中小企業の研究開発支援	1.1.1 広域交流拠点の機能を生かした連携の推進
	(2)ものづくり企業への総合支援	4.1.5 新規事業の発生・成長を促すためのインキュベーション機能の強化、他機能との相乗効果の醸成
	(3)S I Cによる入居企業・地域企業支援	4.1.5 新規事業の発生・成長を促すためのインキュベーション機能の強化、他機能との相乗効果の醸成
IV イノベーションの創出と戦略的な企業誘致の推進	(1)イノベーション創出の促進	2.2.1 イノベーション創出環境の形成と新事業創出の推進
	(2)企業立地の促進	2.1.1 成長産業の集積促進
	(3)工業用地の保全・活用	4.2.1 安心してものづくりができる産業用地の保全
	(4)産業を中心とする新たな都市づくりの拠点の形成	2.1.1 成長産業の集積促進
V 多様な地域資源を活用した経済の活性化	(1)宇宙航空研究開発機構（JAXA）と連携した宇宙関連産業の成長支援と宇宙の魅力を生かした商業振興	3.1.1 地域資源と商業・サービス業の結合・融合による魅力の向上と新たな魅力の創出
	(2)歴史や文化、街並みを生かしたイベントの支援	
	(3)さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援	
	(4)インバウンド事業の推進	
	(5)都市型観光の推進	1.1.5 多様な産業との連携による観光施策の推進
	(6)農商工連携の促進	1.1.4 農商工が一体となった地産地消の促進
VI 交流人口の拡大に向けたグローバルなまちづくりの推進	(1)まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進	2.1.1 成長産業の集積促進
	(2)中心市街地の魅力向上	3.1.1 地域資源と商業・サービス業の結合・融合による魅力の向上と新たな魅力の創出
	(3)商業地の形成	3.1.2 広域交通基盤の強化を機会とした、業務、商業、サービス機能の集積促進
	(4)宇宙航空研究開発機構（JAXA）と連携した宇宙関連産業の成長支援と宇宙の魅力を生かした商業振興<再掲>	3.1.1 地域資源と商業・サービス業の結合・融合による魅力の向上と新たな魅力の創出
VII 世界に向けた販路開拓支援	(1)海外成長市場の獲得支援	1.1.3 国際交流が促進される環境の整備とビジネス機会の拡大
	(2)販路開拓支援	2.1.3 国内外の成長市場の獲得のための販路開拓支援
	(3)M I C Eの誘致	1.1.3 国際交流が促進される環境の整備とビジネス機会の拡大
	(4)さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援<再掲>	3.1.1 地域資源と商業・サービス業の結合・融合による魅力の向上と新たな魅力の創出

【重点プロジェクトⅠ】

ひとつづくり・まちの新たな魅力づくりによる商業振興

にぎわいのある商店街には、人が集まることによって、そこにある店舗の収益機会が向上して活気が生まれるとともに、新規出店が進んで多様性が加わり、そのことにより更に魅力が向上するという好循環が形成されます。

一方、こうした新陳代謝がうまくいかずに商店街が衰退することは、身近な場所で買い物ができる環境が失われるとともに、地域コミュニティの担い手としての機能の低下をもたらし、今後、高齢化の進行と合わせて、買い物弱者の増加に結び付くなど、市民生活に多大な影響を与えます。

こうしたことから、市内外の人が居たい・来たいと思うまちを形成するために、若年者や女性の能力を活用して商店街の再生に取り組むとともに、まちづくりの様々な担い手の連携体制を強化することによりまちの新たな魅力を創出します。

また、買い物弱者問題等、社会の変化によって生じる課題を解決する新たな担い手やビジネスの創出を促進します。

（１）商店街の再生

商店街の衰退は、地域経済の活性化に影響を与えることから、経営者の高齢化や経営環境の変化による事業不振等により先行きが不透明な商店街に対して、事業承継に関する相談や伴走型の支援等を実施し、円滑な事業承継を促進することで、商店街の再生に取り組みます。

また、地域の特性を生かした商店街の環境整備やソフト事業の支援、アドバイザーの派遣により、商店街の各店舗の売上向上に向けた取組を支援するとともに、より効果的な支援の在り方を検討します。

（２）買い物弱者対策の推進

高齢化の進行に伴い移動困難者が増加することにより、買い物弱者も増加することが懸念されます。このような課題の解決に当たっては、様々な手段による対策が必要になるとともに、民間と行政が協働して取り組む必要性が今後ますます高まるものと考えられます。

こうしたことから、買い物に対し不便を強いられている高齢者等のニーズを把握し、介護事業者やボランティア、コミュニティと連携した在宅福祉サービスなどを促進します。こうした多方面からの買い物弱者対策を促進するとともに、身近な買い物の場である商店街の売上向上に向けた取組を支援するなど、将来にわたって地域住民が安心して買い物ができる環境を維持するための施策を講じます。

【重点プロジェクトII】

ロボット技術を活用した生産・サービス・ライフスタイルの革新

ロボット分野に関連する技術は、ものづくりにとどまらず、サービスの提供や人々のライフスタイルに至るまで、広範囲に恩恵を与える可能性を持っています。また、ロボットの普及や社会実装に当たっては、様々な産業の担い手が連携する必要があることから、異業種の交流・連携の創出が期待されます。

こうしたロボット技術の優位性を捉え、人口減少社会における労働力不足や技術者の高齢化に対応し、生産プロセスの高度化やDX化の促進を図って、生産性の向上や安定した品質を確保するため、市内企業への産業用ロボットの導入に向けて積極的に取り組んでいきます。

また、今後需要の増加が見込まれる医療や介護、福祉分野へのサービスロボットの普及を目指し、大学や研究機関と企業によるロボット技術の共同研究に対する支援など、高度な技術を持つ企業が集積する本市工業の特性を生かしたものづくり基盤を構築することにより、地域経済の発展につなげていきます。

(1) ロボット産業の活性化

成長分野であるロボット産業を振興していくため、「さがみはらロボットビジネス協議会」などにより、市内企業がもつ産業用ロボットやサービスロボットに関する技術を積極的にPRするとともに、見本市への出展や新製品・新技術の研究開発など、幅広い施策を実施します。

また、サービスロボットの普及に当たっては、県の「さがみロボット産業特区」と連携した取組を進めます。

(2) 産業用ロボットの導入支援

産業用ロボットの市内企業、特に中小企業への積極的な導入により、生産プロセスの高度化を実現し、労働力不足や技術者の高齢化などの課題に対応できる強固なものづくりの基盤を構築していきます。

また、産業用ロボットの実証・体験などロボット導入効果の見える化を図るとともに、ロボット技術者やシステムインテグレーター³²の育成の場である「ロボット導入支援センター」については、更なる機能の拡充を図り、日本をリードする産業用ロボットの研究開発やビジネス交流の拠点となる施設を目指して、施設規模や機能配置、適地等について検討を進めます。

(3) サービスロボットの普及促進

ロボット技術の向上や産業集積を図る、本市を含む県央10市2町がエリアとなっている、「さがみロボット産業特区」によるサービスロボットの実用化に向けて、県と連携して取り組みます。

³² システムインテグレーター：顧客の業務内容を理解・分析し、最適なシステムの企画、構築、運用を行う人です。しばしばSIer（読みは「エスアイアー」）と略記されます。

【重点プロジェクトⅢ】

産学連携等による新産業の創出と中小企業の育成・支援

将来にわたり、本市が持続的に発展し、高度な技術を持つ企業の集積を図るためには、地域の枠を超えた広域的な連携により、本市のものづくりを支える中小企業の研究開発支援体制を更に強化していく必要があります。

中小企業が取り組む研究開発ニーズに合わせた支援施策のほか、国内外展示会出展、マーケティングといった販路開拓を含めた支援施策の充実を図ることにより、研究開発に意欲的に取り組む中小企業を支援します。

また、中小企業の課題やニーズを大学や研究機関、金融機関と共有し、産学官金³³の連携を更に強化することにより、市内中小企業が研究開発に取り組みやすい環境を整備します。

さらに、国等の研究開発補助金の獲得を目指す中小企業に対しては、産業支援機関と連携した情報提供やアドバイス体制の強化に取り組みます。

（１）中小企業の研究開発支援

中小企業の新製品・新技術等に関する研究開発を更に推進するため、企業単体のほか、優れた技術シーズ³⁴や知見を有する大学との産学連携などによる研究開発に意欲的な中小企業を支援することで、技術力の向上を図るとともに、イノベーションの創出を目指します。

（２）ものづくり企業への総合支援

ものづくり中小企業に対する支援内容は、研究開発や販路開拓、人材育成から制度融資など多岐にわたるとともに、国等の研究開発補助金の申請支援などにおいては、専門的な知識・ノウハウが必要とされています。

こうした企業の様々な課題や専門性に的確に対応するため、産業支援機関にもものづくり専門のアドバイザーを配置し、ものづくり企業への総合的な支援体制の更なる強化に取り組みます。

（３）S I Cによる入居企業・地域企業支援

インキュベーション施設³⁵として、入居企業の成長を図るために必要な各種支援を実施するとともに、地域企業が抱える課題の解決に向けて、大学や専門家等と連携し、共同開発、カイゼン、特許出願、販路開拓、デザイン等の支援を行うことで、市内企業の成長を促進します。

³³ 産学官金：産業、学術研究機関、国や地方自治体等の公共の機関、金融機関の四者を表現する語句です。

³⁴ シーズ：企業や研究機関等が有する事業化・製品化の可能性がある技術やノウハウなどのことです。

³⁵ インキュベーション施設：起業家の育成や、新しいビジネスを支援する施設です。

【重点プロジェクトⅣ】

イノベーションの創出と戦略的な企業誘致の推進

成長産業を中心とした企業の集積を促進することは、新事業の創出、新製品の開発、技術力向上、生産性向上等の様々なイノベーションを促す効果をもたらします。

また、近年では、複数の組織間連携により、新事業や新たな価値を生み出す「オープンイノベーション」の手法が一般的となっていることから、様々な主体の交流により、新たな知識が創造され、連携が生み出される環境を本市に形成することが重要です。

本市では、基幹産業である製造業を中心とした産業集積基盤の更なる強化を図るとともに、同業種、異業種を問わず様々な産業の担い手が交流・連携しやすい仕組みや、イノベーションが創出される環境を形するとともに、雇用の確保・拡大や経済波及効果による持続可能な都市経営を実現するため、戦略的な企業誘致を進めていきます。

（１）イノベーション創出の促進

起業家や事業者、学生、研究者などの多様な人材の交流を促す環境を形成し、ネットワークの拡大・強化を図るとともに、新事業開発の支援や、成長産業分野に属するベンチャー・スタートアップ企業の誘致を行い、イノベーション創出環境の形成と、新事業の創出を図ります。

（２）企業立地の促進

これからの本市の経済を牽引するリーディング産業に係る企業を中心とした市外からの企業誘致を積極的に展開していきます。また、市内企業についても引き続き研究開発やものづくり人材の育成等の支援とともに市内の再投資を積極的に展開していきます。

このためにも、市内企業のリニューアルや新規投資等の工場立地の動向を的確に把握しながら、事業所内における低未利用地等を新たな工業用地としての活用につなげるなど有効な土地利用を図り、圏央道インターチェンジ周辺の当麻地区や麻溝台・新磯野地区などの新たな都市づくりの拠点の形成により新たに生まれる工業用地を生かした効率的な土地利用を図ります。

また、リニア中央新幹線神奈川県駅（仮称）設置を契機とした橋本駅周辺のまちづくり、相模総合補給廠の返還等によって生じる新たなまちづくりの機会を捉え、本社機能、研究開発機能、スタートアップ企業等の立地・集積を図ります。

（３）工業用地の保全・活用

インフラの整った既存工業用地が安心してものづくりができる場として継続的に土地利用が図られるよう市内企業の動向把握に努めながら、市内工業集積地（工業専用地域及び特別工業地区を除く。）に対する地区計画や建築協定の導入に向けた支援を行い、良好な操業環境の確保を図ります。

（４）産業を中心とする新たな都市づくりの拠点の形成

活力ある地域経済を創出して地域の雇用の拡大・促進を図るとともに、既存の緑地などの周辺環境との調和に配慮するなど環境と共生する都市づくりを進めます。当麻地区や麻溝台・新磯野地区においては、立地特性を生かした、産業を中心とした新たな拠点として市街地整備を進めます。

【重点プロジェクトⅤ】

多様な地域資源を活用した経済の活性化

本市は、利便性に優れた都市部と清流を育む広大な森林や湖などの恵まれた自然環境を有する都市と自然がベストミックスするまちです。また、日本中央回廊の形成が期待されるリニア中央新幹線神奈川駅（仮称）設置や小田急多摩線延伸など広域交流拠点としての機能を飛躍的に高める大規模なプロジェクトが進行しています。

これらの地域資源や機能を活用して、新たな魅力を創出するとともに、さがみはらブランドを確立し、効果的に発信することにより、国内外からのビジネスや観光の誘客につなげ、にぎわいのあるまちづくりや地域経済の活性化を図ります。

（１）宇宙航空研究開発機構（ＪＡＸＡ）と連携した宇宙関連産業の成長支援と宇宙の魅力を生かした商業振興

宇宙航空研究開発機構（ＪＡＸＡ）との連携によるセミナーや共同研究等を更に充実させ、市内企業の宇宙関連産業への進出を促すことにより、リーディング産業に位置付けている航空宇宙関連産業の市内における成長支援と集積促進を図ります。

また、ＪＡＸＡとの連携による宇宙をテーマにしたイベント等の支援を通じて、商業・サービス業のより一層の魅力向上を図ります。

（２）歴史や文化、街並みを生かしたイベントの支援

本市の歴史・文化、街並みを生かした地域活性化イベントの支援を行い、街のにぎわいづくりを図ります。

（３）さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援

さがみはらブランドの確立につながる地域の魅力的な製品・サービス等の情報を市内外に発信して、対外的に本市の魅力をPRする取組を支援します。

（４）インバウンド事業の推進

情報媒体の多言語化や、新たな海外向け情報発信ルートの開拓を図ることにより、本市の産業や観光等の魅力を発信し、外国人の来訪を促進します。

（５）都市型観光の推進

都市のにぎわいを生かした交流を生み出す仕組みや花とみどりがある居心地の良い空間の創出を通じて、駅前や商業地のにぎわいのある地域づくりを推進します。

（６）農商工連携の促進

商工業者の農産物に対するニーズを把握し、農業者とのマッチングの場を提供することや商品開発や販路開拓につながる取組を促進します。

【重点プロジェクトⅥ】

交流人口の拡大に向けたグローバルなまちづくりの推進

リニア中央新幹線神奈川県駅（仮称）設置を契機とした橋本駅周辺のまちづくり、相模総合補給廠の返還等によって生じる新たなまちづくりの機会を捉え、本社機能、研究開発機能、スタートアップ企業等の立地・集積を図ります。また、飲食・サービスを含めた商業機能を充実させるとともに、業務、文化、交流等の複合的な都市機能を備えたまちづくりを進めることにより、市内の購買機会や購買頻度を増やす等、地域経済の活発化を図ります。

＜リニア中央新幹線＞



＜相模総合補給廠＞



（１）まちづくりの機会を捉えた企業立地の促進

リニア中央新幹線神奈川県駅（仮称）設置を契機とした橋本駅周辺のまちづくり、相模総合補給廠の返還等によって生じる新たなまちづくりの機会を捉え、本市の特性を生かした誘致制度を創設し、本社機能、研究開発機能、スタートアップ企業等の更なる立地を積極的に促進します。

（２）中心市街地の魅力向上

中心市街地のにぎわいづくりを促進するため、商店街が実施する地域活性化事業や地域資源等を活用した魅力アップ事業、商店街が地域の一員として実施する地域課題を解決するための取組を支援します。

また、リニア中央新幹線神奈川県駅（仮称）設置を契機とした橋本駅周辺のまちづくり、相模総合補給廠の返還等によって生じる新たなまちづくりの機会を捉え、来訪した人々に地域内を滞留・回遊してもらえるような中心市街地の魅力向上を図ります。

（３）商業地の形成

飲食・サービスを含めた商業機能を充実させるとともに、業務、文化、交流等の都市機能を複合的に備えた商業地の形成を図ります。

（４）宇宙航空研究開発機構（JAXA）と連携した宇宙関連産業の成長支援と宇宙の魅力を生かした商業振興＜再掲＞

宇宙航空研究開発機構（JAXA）との連携によるセミナーや共同研究等を更に充実させ、市内企業の宇宙関連産業への進出を促すことにより、リーディング産業に位置付けている航空宇宙関連産業の市内における成長支援と集積促進を図ります。

また、JAXAとの連携による宇宙をテーマにしたイベント等の支援を通じて、商業・サービス業のより一層の魅力向上を図ります。

【重点プロジェクトⅦ】 世界に向けた販路開拓支援

国内の製造業を取り巻く環境は、国内市場の縮小やものづくりのグローバル化により競争が激化しています。中小企業においても、これまでのように既存の取引先からの発注により製品を生産する下請け体質ではなく、自社の製品・技術を生かして、成長市場への参入に向けた積極的な営業活動が重要になっており、さらなる国際競争力の強化が求められています。

今後、成長を続ける海外市場を獲得するに当たり、経営資源に限られている中小企業単独では困難な場合が多いことから、産業支援機関や既に海外へ進出している企業などと連携しながら、効率的な販路開拓に取り組んでいきます。

また、MICEの誘致等を通じて、国内外から人を呼び込むことにより、市内事業者にとっての販路開拓の機会としてビジネスチャンスにつなげていくとともに、来訪者に対して本市の魅力を発信します。

（１）海外成長市場の獲得支援

先進国や今後の成長が期待される新興国など海外での展示会への出展費用助成により、市内中小企業の世界に向けた市場獲得への取組を支援します。

（２）販路開拓支援

国内で開催される工作機械等の専門分野の展示会へ相模原ブースを共同出展するとともに、参加企業の出展に関する支援を行うことにより、市内中小企業の販路拡大を支援していきます。

（３）MICEの誘致

新たなビジネスやイノベーションの契機となるとともに、地域経済への波及効果が期待できる国際会議や大規模な展示会・イベント等のMICE誘致を促進するとともに、大都市圏で開催されるMICE等への参加者をターゲットとしたアフターコンベンションの取組を支援します。

（４）さがみはらブランドの確立につながる事業に対する支援<再掲>

さがみはらブランドの確立につながる地域の魅力的な製品・サービス等の情報を市内外に発信して、対外的に本市の魅力をPRする取組を支援します。

7 ビジョンの推進体制

7.1 さがみはら産業振興ビジョンの推進体制

「さがみはら産業振興ビジョン」の推進に当たっては、行政のみならず、全ての産業関係者が、それぞれの役割を発揮しつつ連携することが不可欠です。相模原市総合計画における施策を推進するための基本的な方針に沿って、国、県や産業支援機関、民間事業者、金融機関、大学など市内産業に関わる様々な主体との現行の連携体制を活用しつつ、適宜新たな連携を取りながら、事業推進の体制づくりを進めるものとします。



現行の主な連携体制には次のようなものがあります。

(1) さがみはらロボットビジネス協議会

本市では、中小企業のロボット技術の高度化や導入促進、新規事業化など、ロボットをテーマとしたビジネスの推進を多面的に支援するために中小企業、大学等研究機関、金融機関、行政や支援機関で構成する「さがみはらロボットビジネス協議会」を設立し、これをロボットビジネス推進のための地域のプラットフォーム³⁶として、これからの成長分野であるロボット産業の振興や中小企業のビジネス支援に取り組んでいます。

(2) 相模原市企業立地等審査会

本市では、市内産業の将来にわたる持続的な発展やより強固な産業集積基盤の形成を目指し、「産業集積促進条例」を制定し、企業立地等の促進、市民の雇用機会の創出及び拡大を図るための様々な奨励措置を設けています。

³⁶ プラットフォーム：物事を行うための基礎・基盤となる仕組みを表す概念です。

また、工業用地の保全活用を図るため、工業系の地区計画の導入に対しても奨励金を交付するなど全国に先駆けた取組も行っています。

相模原市企業立地等審査会は、学識経験者、相模原商工会議所、税理士、社会保険労務士、中小企業診断士、公募委員等で構成され、企業の立地等に係る事業計画の認定に関する事項について、調査審議し、その結果を答申しています。

(3) 大学等との地域産業活性化に関する協定

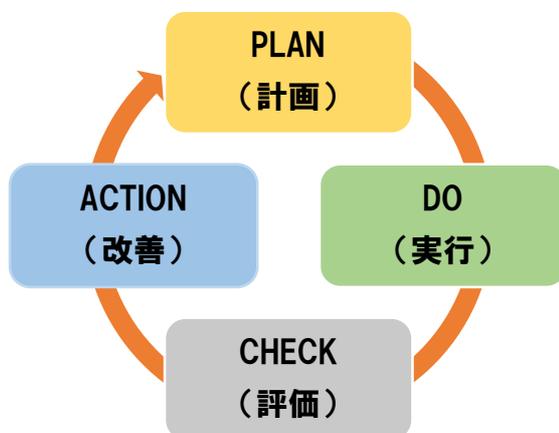
本市では、地域企業と大学等との連携を促進することを目的として、地域産業活性化に関する協定を締結しています。

本市が企業側の窓口となって、相模原商工会議所、株式会社さがみはら産業創造センター（S I C）、公益財団法人相模原市産業振興財団等とも協力しながら、地域企業と大学等との連携を進めています。

7. 2 PDCAサイクルの考え方を活用したビジョンの推進

「さがみはら産業振興ビジョン」の推進に当たっては、本市産業政策の方向性に基づき（PLAN）、着実に事業を実施していくとともに（DO）、各事業の進捗・達成状況や成果を定期的に管理し（CHECK）、本市と連携する関係者と密に情報共有を図りながら、ビジョン推進における課題の発見と解消（ACTION）を継続的に行っていく、「PDCAサイクル」の考え方を活用していきます。

実施される各事業については、相模原市総合計画の進行管理と併せ、「PDCAサイクル」の考え方にに基づき推進していきます。



7. 3 調査・研究

全国的な少子高齢化の進行、人口減少は深刻さを増し、労働力不足といった課題が顕在化している状況に加え、新型コロナウイルス感染症をきっかけとした社会変容など、昨今の社会経済環境は急激かつ大きく変化しています。

また、本市においては、広域交流拠点の形成に向けた様々なプロジェクトが進められています。

こうした変わりゆく社会経済環境に伴う新たな課題や情勢等に的確に対応するため、計画期間中に調査・研究し、新しい時代への対応を検討します。

參考資料

III 参考資料

1 さがみはら産業振興ビジョン2025の経過

I さがみはら産業振興ビジョン2025の策定について

1 策定の目的

我が国を取り巻く社会経済環境は、少子高齢化の進行による人口減少局面への突入や経済成長を続ける新興国の存在感の増大、経済のグローバル化の進展など、大きな変化の最中にあり、社会保障の持続可能性や、国際競争力の低下、国内経済の空洞化など、様々な課題への対応が急務となっています。

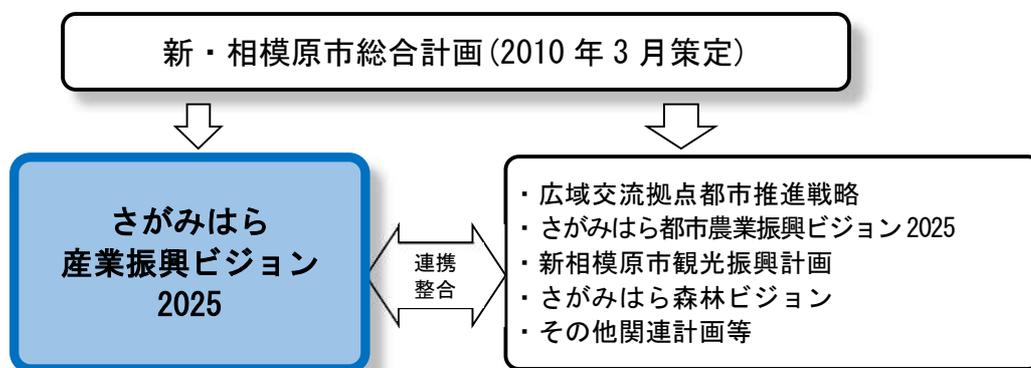
こうした中で、本市は2006年3月に旧津久井町、旧相模湖町と、2007年3月に旧城山町、旧藤野町と合併して人口70万を超える都市となり、2010年4月には全国で19番目の政令指定都市として新たなスタートを切り6年が経過しました。この6年の間に、リニア中央新幹線の神奈川県駅が橋本駅付近に設置されることが決定し、沿線ではJR東海が建設に着手するとともに、圏央道の市内区間の全線開通とそれに伴う2箇所インターチェンジの開設、小田急多摩線の延伸計画など、広域的な交通ネットワークの整備が進められているほか、相模総合補給廠の一部返還が実現するなど、本市は首都圏南西部の広域交流拠点都市として、着実にそのポテンシャル³⁷を向上させつつあります。

こうした状況の中で、様々な社会課題への対応、本市の経済成長をけん引する産業の集積や企業支援、広域交流拠点のポテンシャルを生かした商業・業務機能の集積、新成長分野の育成など、新しい時代を見据えた産業政策の方向性を、中長期的な視点に立って戦略的かつ総合的に示すため、「さがみはら産業振興ビジョン2025」を策定しました。

2 ビジョンの位置付け

「さがみはら産業振興ビジョン2025」は、新・相模原市総合計画を上位計画として、主に工業、商業、サービス業を中心とした産業振興に関する計画であり、広域交流拠点都市推進戦略や農業・観光等に関する個別分野の計画等と整合を図りながら、産業政策の方向性を示したものです。

図表1-1 さがみはら産業振興ビジョン2025の位置付け



³⁷ ポテンシャル：潜在能力のことです。

3 計画期間

「さがみはら産業振興ビジョン 2025」の計画期間は、2016 年度から 2025 年度の 10 年間とします。
 なお、今後、施策の実施状況や社会経済動向などを勘案し、中間年次（5 年目）に点検、見直しを行うものとします。

図表 1-2 さがみはら産業振興ビジョン 2025 及び関連計画の計画期間

	2010	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29 年度				
新・相模原市総合計画 (2010 年 3 月)	2010 年度～2019 年度																							
さがみはら産業振興ビジョン 2025 (2016 年 3 月)							2016 年度～2025 年度																	
広域交流拠点都市推進戦略 (2014 年 6 月)					2014 年度～2045 年度																			
さがみはら都市農業振興ビジョン 2025 (2016 年 3 月)							2016 年度～2025 年度																	
新相模原観光振興計画 (2008 年 3 月)	2008 年度～2019 年度																							
さがみはら森林ビジョン (2011 年 3 月)	2011 年度からおおむね 20 年																							

(注) ()内は策定時期

II 相模原市の産業の現状と課題

1 相模原市を取り巻く社会経済環境の変化

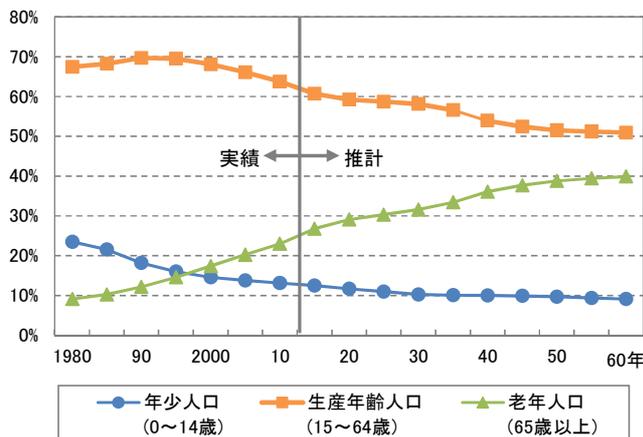
1. 1 少子高齢化の進行

(1) 人口減少局面への突入

少子高齢化の進行により、我が国の人口はすでに 2008 年から減少局面に突入しています。国立社会保障・人口問題研究所によると、2020 年には 65 歳以上の人口が全体の約 3 割を占め、さらに、2030 年には 75 歳以上(後期高齢者)の割合が約 2 割を占めると推計されており、世界的に見ても未曾有の高齢社会の到来が見込まれています。このため、労働力の不足や社会保障の持続性、国内需要の減退などが不安視されており、いかに対応していくかが課題となっています。

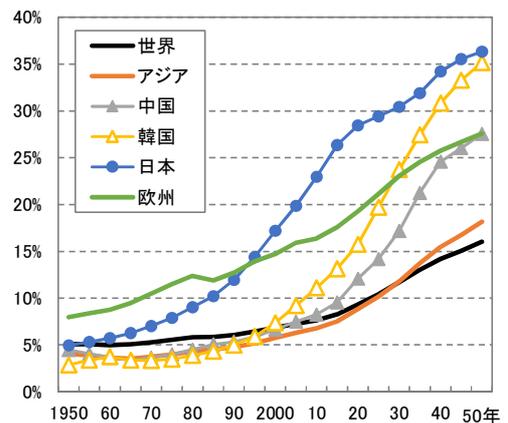
なお、我が国にとどまらず、アジア地域においても、現在の高齢化率こそ低いものの、今後は急速に高齢化が進み、2030 年以降はアジア地域が世界平均よりも高齢化の進んだ地域となる見込みとなっています。

図表 2-3 年齢 3 区分人口の構成比の推移(全国)



出所：実績値 総務省「人口推計」（1980年～2010年）
 推計値 国立社会保障・人口問題研究所
 「日本の将来人口(平成24年1月推計)」
 (中位推計)

図表 2-4 世界の主要地域の高齢化率予測

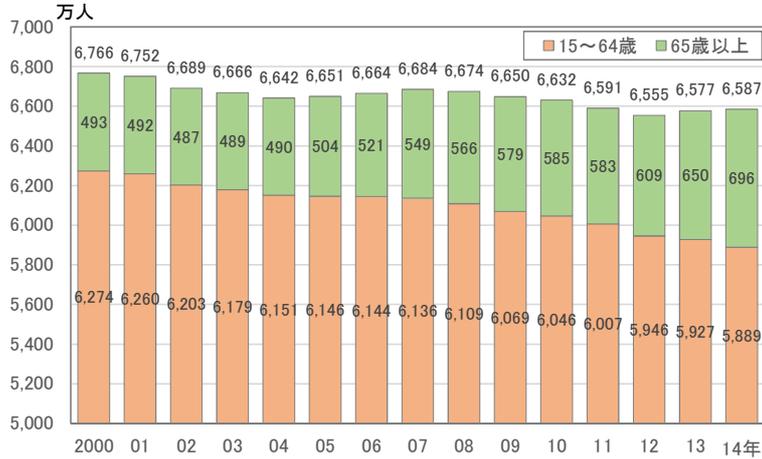


出所：United Nations「World Population Prospects The 2015 Revision」（2015年）

(2) 労働力人口の推移

我が国の労働力人口は長期的にはおおむね減少傾向にあり、2004年を底に2007年まで一旦増加する局面も見られましたが、2008年以降は減少に転じています。直近の2013年～2014年には、15～64歳の労働力人口が減少する一方、高齢者(65歳以上)の労働力人口が増加したことから全体として若干増加したものの、長期的な労働力人口の減少に歯止めがかかったとまでは言いがたい状況です。

図表2-5 労働力人口の推移(全国)



出所：総務省「労働力調査」

(3) 都市間の競争

多くの地方自治体では、産業振興を目的に企業誘致に取り組んでいます。企業誘致には昼間人口の増加、さらには働き手の地域への定着により居住人口を増加させる効果も期待できることから、産業振興とともに地域の衰退の防止や活性化を狙って、企業誘致のための支援策について都市間の競争が見られるようになってきています。

図表2-6 県内政令市の企業誘致における経済的インセンティブの内容

相模原市	横浜市	川崎市
<p>【STEP50】 支援内容 ○投資に対する助成金の交付 ○固定資産税及び都市計画税の軽減 ○市内への本社移転に対する奨励金 ○新規雇用に対する奨励金 ○市内企業との取引（工場の工事発注）に対する奨励金</p> <p>支援対象 ○次の業種に係る工場・研究所等の設置 ・製造業 ・情報通信業 ・自然科学研究所</p>	<p>【横浜市企業立地支援制度】 支援内容 ○投資に対する助成金の交付 ○固定資産税及び都市計画税の軽減 ○市内への本社移転に対する奨励金 ○家賃補助</p> <p>支援対象 ○工場、研究所、事務所等の設置 ○本社機能や研究開発機能を設置するための賃貸オフィスビルへの入居</p>	<p>【イノベート川崎】 支援内容 ○投資に対する助成金の交付</p> <p>支援対象 ○次の分野に係る先端技術を事業化するための工場、研究所、事務所等の設置 ・環境 ・エネルギー ・ライフサイエンス</p>

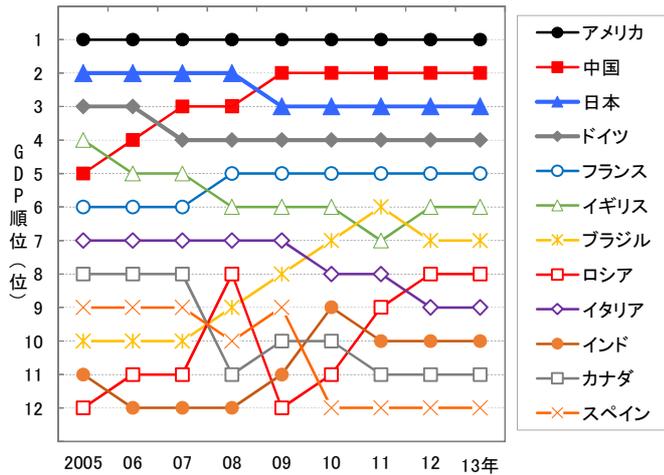
出所：各市資料より浜銀総合研究所作成

1. 2 グローバル化

(1) 新興国の台頭による需要拡大と競争激化

世界的な経済の動きを見ると、中国や東南アジアなどアジア地域を中心とした新興国では高い経済成長率が続いており、国際経済における存在感を次第に高めてきています。一方、我が国の経済は低成長が続いており、国際経済における相対的地位が低下しています。我が国の立場から見ると、アジア地域等の新興国の経済成長は輸出先として期待される一方、これらの国々は我が国に比べて価格競争力が強く、競争相手としては脅威となっています。

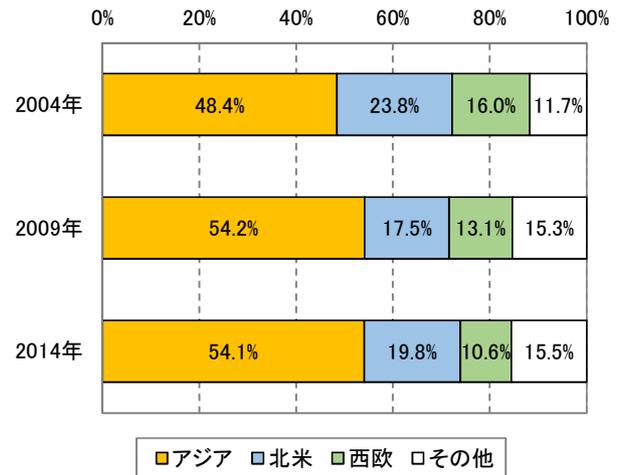
図表 2-7 主要国GDP³⁸額順位



(注) US ドル換算による比較

出所：IMF「World Economic Outlook」(2013年12月末現在)

図表 2-8 輸出先地域別の輸出額構成比



出所：財務省「貿易統計」

(2004年、2009年、2014年)

(2) 国際的な企業間の合併等の動き

国際競争の激化に対応するため、新技術、海外の優良な人材やノウハウの獲得、市場の獲得を短期間で行うことなどを目的として、国境を越えた企業の買収・合併の動きが見られます。国内企業が海外企業を買収・合併した近年の大型案件としては、2013年のソフトバンクによる米国の携帯通信大手スプリント・ネクステルの買収や、2011年の武田薬品工業によるスイスの医薬品大手ナイコメッドの買収などが挙げられます。

図表 2-9 近年の国内企業による海外企業を買収等の事例

年	買収企業	被買収企業	被買収企業の国籍	分野
2010	KDDI	リバティグローバル	米国	放送
2011	武田薬品工業	ナイコメッド	スイス	医薬品
2012	ダイキン工業	グッドマン	米国	空調機
2013	ソフトバンク	スプリント・ネクステル	米国	通信
2014	サントリーHD	ビーム	米国	飲食料品

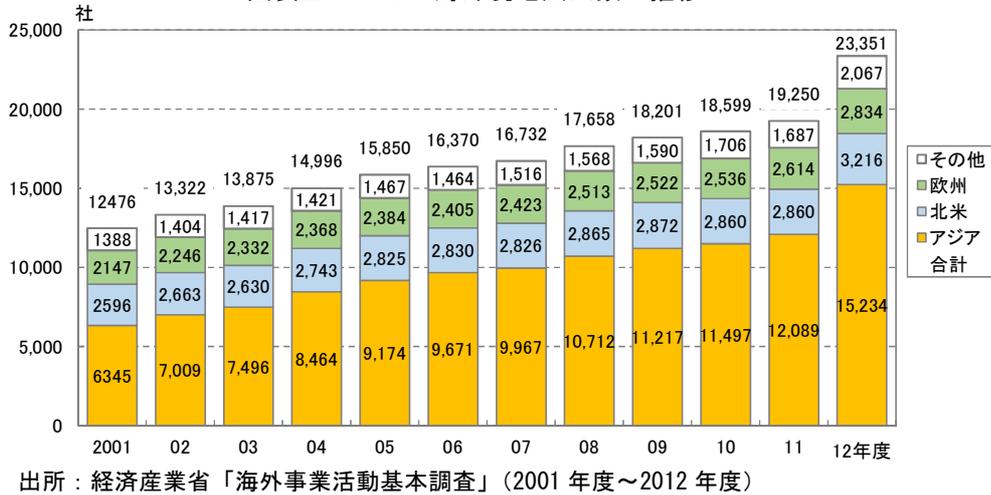
出所：新聞記事等より浜銀総合研究所作成

³⁸ GDP：国内総生産のことで Gross Domestic Product を略したものです。一定期間内にある国内で産み出された付加価値の総額を指します。都道府県や市町村など国よりも小さい範囲で、同様に県内総生産や市内総生産などを定義することもあります。

(3) 海外事業活動拠点の増加

経済活動がグローバル化し、国境を越えた企業活動がごく当たり前に行われるようになる中で、国内企業の海外進出は増加基調をたどっています。特に高い経済成長を続けるアジア地域に対する進出は大きく増加しています。

図表 2-10 海外現地法人数の推移



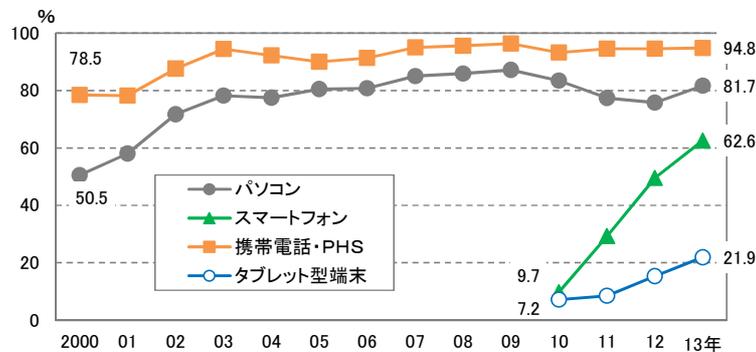
1.3 ICTの発展

(1) ICTの発展により創出された新たなサービスや考え方

ICTは1990年代後半から急速に進展し、人々の生活に大きな変化をもたらしてきました。近年の変化としては、スマートフォンやタブレット型端末³⁹などの普及が進み、インターネット環境に接する主要機器としての地位を獲得しつつあることが挙げられます。

また、産業界では、機械機器類に情報通信機能を備え、ICTにより最適に稼働させるという発想が普及してきました。製造業では、この発想を生産現場に適用して、管理システムや製造装置をネットワークにつないで最適な稼働ができるようにする「スマートファクトリー」の概念が発案され、その実現に向けた取組が行われています。

図表 2-11 主要な情報端末機器の世帯保有率の推移



出所：総務省「通信利用動向調査」（2013年）

³⁹ タブレット型端末：薄い板の形状をした携帯型の通信端末の総称です。

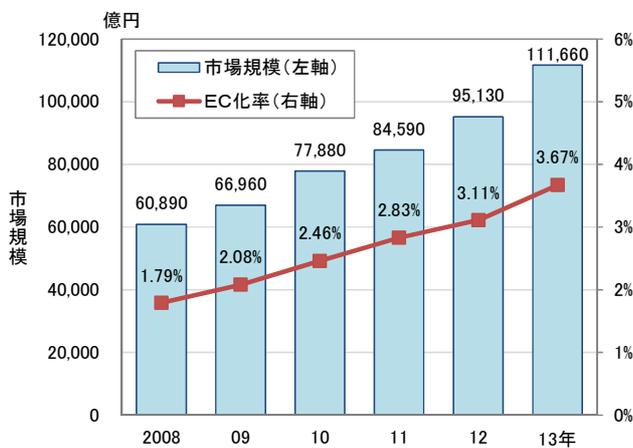
(2) Eコマースによる購買スタイルの変化

ICTの発展に伴ってインターネット通販等を利用した消費者向けのEコマースの規模は年々拡大しており、その市場規模は2008年の6.1兆円から2013年には11.2兆円へと1.8倍になっています。

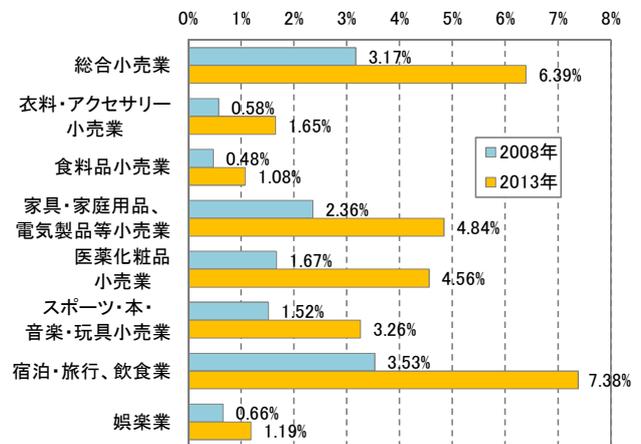
小売業・サービス業全ての消費者向け商取引における電子商取引の割合であるEC（Eコマース）化率⁴⁰も上昇の一途をたどっており、2008年の1.79%から2013年には3.67%とその割合は2倍以上になっています。直近の2013年について図表2-10で挙げた業種別のEC化率を見ると、小売業では総合小売業（6.39%）、サービス業では宿泊・旅行、飲食業（7.38%）においてEC化率が特に高くなっています。また、ほとんどの業種において2008年から2013年にかけてEC化率が2倍以上に拡大しています。パソコンやスマートフォンの普及が進み、店頭に行かずにモノやサービスを購入する人が増えており、店頭販売を行う事業所にとっては客数減少の一因になっていると推測されます。

図表2-12 我が国の消費者向け電子商取引市場規模の推移

【BtoC⁴¹取引全体の推移】



【業種別EC化率】



出所：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」（2008年度～2013年度）

1.4 電力価格の上昇

2011年3月の東日本大震災以降、我が国の電力供給をめぐる状況は大きく変化しています。原子力発電所の停止に伴い、火力発電への依存度が大きく上昇しています。一方で、電力供給に対する不安は依然として根強く、電力供給の安定的な確保のため、災害時のリスクの低減につながる分散型電源⁴²によるエネルギーシステムの導入がスタートするとともに、電力供給手段の多様化を図るべく太陽光発電を中心とした再生可能エネルギーの導入が活発化しています。ただ、出力が不安定になりがちな再生可能エネルギーを電力会社が受け入れるにはコストがかかるため、火力発電の稼働に伴う燃料費の増加と相まって電力料金の値上げにつながっていると見られます。

⁴⁰ EC化率：小売業・サービス業の全ての消費者向け商取引における電子商取引の割合です。

⁴¹ BtoC：企業と個人（消費者）間の商取引、あるいは、企業が個人向けに行う事業そのものを指す用語です。一般消費者向けの製品の製造・販売や、消費者向けサービスの提供などが該当します。

⁴² 分散型電源：比較的小規模な発電装置を消費地近くに分散配置して電力の供給を行う機械設備そのものや、その方式のことです。太陽光や風力、小水力発電などの再生可能エネルギーや燃料電池に向けた方式とされています。電源の分散配置により、電力供給の途絶が広範囲にわたるリスクが軽減されるため、災害に強い電力供給方式と考えられています。

電力価格の上昇は企業の事業活動に幅広く影響を及ぼすことが予想され、製品やサービスへの価格転嫁による競争力の低下や価格への影響を吸収することによる事業採算性の低下などが懸念されます。

図表 2-13 東日本大震災後の法人向け電力料金の主な改定状況

電力会社	価格改定時期	改訂内容
東京電力	2012年4月	+2.61円/kwh(→2012年9月以降+2.36円/kwh)
中部電力	2014年4月	高圧 : +1.42円/kwh(→2014年5月以降+1.21円/kwh) 特別高圧 : +1.39円/kwh(→2014年5月以降+1.19円/kwh)
関西電力	2013年5月	平均+17.26%
	2015年4月	平均+13.93%(→2015年6月以降+11.50%)

出所：各社ホームページより浜銀総合研究所作成

1.5 水素エネルギーの普及促進

水素は、多種多様なエネルギー源から製造が可能であり、利用段階では二酸化炭素を排出しない「究極のクリーンエネルギー」として、エネルギーの安定的な確保や環境負荷の低減などに大きく貢献する次世代エネルギーとして期待されています。また、水素は、家庭用燃料電池や燃料電池自動車など、多岐にわたる分野において様々な用途に利用される可能性を持ち、かつ、技術革新により、コスト面でも普及が可能となってきました。

近年では官民を挙げて水素エネルギーの活用に対する研究開発や制度設計の検討などが進められています。具体的な国の動きとしては、2014年4月に閣議決定された「エネルギー基本計画」で「“水素社会”の実現に向けた取組の加速」を進めるとしていることや、2014年6月には経済産業省が「水素・燃料電池戦略ロードマップ」を策定したことなどが挙げられます。

また、地方自治体の動きとしては、神奈川県が中心となって運営する「かながわ次世代自動車普及推進協議会」において「神奈川の水素社会実現ロードマップ」が2015年3月に策定されたほか、本市でも2014年12月に「相模原市水素エネルギー普及促進ビジョン」を策定しています。本市のビジョンでは、水素社会の実現に向けて、燃料電池自動車の普及促進や家庭用燃料電池及び産業用燃料電池の普及など検討する5つの施策を打ち出しています。

図表 2-14 水素エネルギーの普及に向けた主な動き

主体	内容
国やその関連機関	<ul style="list-style-type: none"> 2014年4月に閣議決定された「エネルギー基本計画」で「“水素社会”の実現に向けた取組の加速」を進めるとした 2014年6月には経済産業省が「水素・燃料電池戦略ロードマップ」を策定 独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）が2014年7月に「NEDO水素エネルギー白書」を公表
地方自治体やその関連機関	<ul style="list-style-type: none"> 九都県市首脳会議において、水素エネルギーの普及促進のための国に向けた提言の取りまとめ、水素エネルギー普及検討ワーキンググループ会議の設置などを実施（2014年度） 相模原市が2014年12月に「相模原市水素エネルギー普及促進ビジョン」を策定 「かながわ次世代自動車普及推進協議会」において「神奈川の水素社会実現ロードマップ」を2015年3月に策定
民間	<ul style="list-style-type: none"> 本田技研工業が2014年11月に新型燃料電池車のコンセプトカーを公開 トヨタ自動車は2014年12月に燃料電池車「MIRAI」を販売開始

出所：各種資料より浜銀総合研究所作成

1. 6 頻発する自然災害

2011年3月の東日本大震災は観測史上最大級の地震となり、その後の津波の被害と合わせて死者・行方不明者が18,000人を超える甚大な被害が発生しました。現在も避難生活をしている人々がおり、震災の影響は発生から4年以上が経過した今もなお残っています。

その後も我が国に被害をもたらした自然災害は数多く発生しており、高齢者の避難が遅れて被害が拡大するなど、高齢化の進行の中で身体機能が低下した高齢者や障害者の安全をどのように確保していくかが課題となっています。

1. 7 首都圏における環境変化

(1) 広域交通基盤の整備

我が国では経済規模の拡大に伴う輸送需要の増大やモータリゼーション⁴³の拡大とともに、鉄道や道路などの交通網整備が各地で進んできました。交通渋滞による機会損失の防止や環境への負荷の緩和に対する社会的要請に加えて、近年では既存の道路・鉄道網の老朽化による大規模修繕の発生や、震災・台風等の自然災害時における幹線道路の代替路線の必要性なども相まって、現在でも都市部を中心に広域交通基盤の整備が進められています。

① リニア中央新幹線の整備

リニア中央新幹線の建設計画は、1973年の中央新幹線の基本計画の決定に始まり、その後は経済環境の変化の影響を様々に受けつつ、東京都・名古屋市間で直線に近い形状のルートが計画となることが、2011年に東海旅客鉄道株式会社（JR東海）により明らかにされました。神奈川県内では本市の緑区の橋本駅付近に神奈川県駅が設置されるとともに、緑区鳥屋に関東車両基地が設置される予定となっています。

図表2-15 リニア中央新幹線（東京都・名古屋市間）の路線



出所：神奈川県ホームページ「リニア中央新幹線の概要」

(<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f160210/p162029.html>)

② 圏央道（さがみ縦貫道路）の開通

圏央道は、首都圏中心部から半径約40km～60kmの位置に計画されている延長約300kmの自動車専用の高規格幹線道路で、本市をはじめ、横浜、厚木、八王子、川越、つくば、成田、木更津などの首都圏の中核都市を連絡し、東名高速道路、中央自動車道、関越自動車道等を結節して広域的なアクセス利便性を高める効果が期待されています。

⁴³ モータリゼーション：自動車が生活必需品として広く普及する現象です。

さがみ縦貫道路は圏央道のうち、茅ヶ崎市から相模原市緑区を結ぶ区間で、津久井・県央・湘南を直接結び、神奈川県内の南北方向の移動利便性を高める大動脈として期待されています。2013年3月に海老名ICから相模原愛川ICの区間が、2014年6月に相模原愛川ICから高尾山IC（東京都）の区間が開通し、さがみ縦貫道路のうち相模原市内の区間は全線が開通しました。さらに、2015年3月には海老名JCTから寒川北ICの区間が開通したことで、さがみ縦貫道路の全線が開通しました。

図表 2-16 圏央道の整備状況



出所：国土交通省関東地方整備局ホームページ
[\(http://www.ktr.mlit.go.jp/honkyoku/road/3kanjo/kenoudo/\)](http://www.ktr.mlit.go.jp/honkyoku/road/3kanjo/kenoudo/)

③小田急多摩線の延伸計画

小田急多摩線の延伸計画は、現在、新百合ヶ丘から唐木田まで整備されている小田急多摩線を、町田市、JR横浜線相模原駅、JR相模線上溝駅、さらには田名地区を經由し、愛川・厚木方面へ延伸する計画です。

同計画は、国の計画である運輸政策審議会（現 交通政策審議会）の答申第18号「東京圏における高速鉄道を中心とする交通網の整備に関する基本計画について」（2000年1月）において、「小田急多摩線の唐木田駅からJR横浜線・JR相模線方面への延伸について、今後整備について検討すべき路線」に位置付けられたことから始まったものです。その後、本市では町田市や厚木市などの周辺の自治体とともに同計画の実現に向けて、ルートや事業採算性等の具体的な検討を重ねてきました。2014年に相模総合補給廠の一部が国へ返還されたことにより、同計画にとっての大きな課題の一つが解消され、その実現性が高まっています。

④羽田空港の国際化

羽田空港では、2010年10月にD滑走路の供用が開始され、国際定期便による24時間化が実現したことで、アジア、欧州、北米諸国方面への国際定期便の就航本数やこれらの地域からの旅客数が増加し、人や情報の交流の活発化につながっています。本市は鉄道では羽田空港から1時間半以内にアクセスできる位置にあることから、同空港を経由する訪日外国人に対して、本市の認知度を上げ、魅力を知ってもらう機会が増えたと考えられます。

(2) 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催

2013年9月にアルゼンチンのブエノスアイレスで開催された第125次IOC総会で、2020年のオリンピック・パラリンピックが東京で開催されることが決定しました。現在、東京都を中心に開催に向けた準備が進められており、本市を含む首都圏全体で訪日外国人の大幅な増加が期待されます。

1. 8 国の産業政策動向

(1) 日本再興戦略

国内産業が厳しい状況に置かれる中、2013年6月に、日本経済の再生に向けた新たな成長戦略、「日本再興戦略－JAPAN is BACK－」が閣議決定されました。同戦略は、成長実現に向けた具体的な取組として、「日本産業再興プラン」「戦略市場創造プラン」「国際展開戦略」の3つのアクションプランを掲げており、今後10年間の平均で名目GDP成長率3%程度、実質GDP成長率2%程度の実現、1人当たり名目国民総所得(GNI⁴⁴)を10年後に150万円以上アップなどの目標を掲げています。

図表2-17 「日本再興戦略」の概要

◆日本再興戦略の3つのアクションプラン

○「日本再興戦略」においては、成長実現に向けた具体的な取組として、「日本産業再興プラン」、「戦略市場創造プラン」、「国際展開戦略」の3つのアクションプランを掲げています。「日本産業再興プラン」の実行により産業基盤を強化、その力を基に、「戦略市場創造プラン」を実行し、課題をバネに新たな市場を創造するとともに、「国際展開戦略」の実行により、拡大する国際市場の獲得を目指します。

◆日本産業再興プラン

○グローバル競争に勝ち抜ける製造業の復活、付加価値の高いサービス産業の創出を図ります。

○企業が活動しやすく、個人の可能性が最大限発揮される社会を実現します。

○次の6項目から構成されています。

1. 緊急構造改革プログラム
2. 人材力強化・雇用制度改革
3. 科学技術イノベーション
4. 世界最高水準のIT社会の実現
5. 立地競争力の強化
6. 中小企業・小規模事業者の革新

◆戦略市場創造プラン

○4つのテーマについて、その実現に向けての具体的な取組とともに、2030年時点の達成すべき社会像、成果指標、ライフスタイルを設定し、戦略分野ごとの施策展開を示した工程表(ロードマップ)を作成しています。

テーマ1 国民の「健康寿命」の延伸

テーマ2 クリーンかつ経済的なエネルギー需給の実現

テーマ3 安全・便利で経済的な次世代インフラの構築

テーマ4 世界を惹きつける地域資源で稼ぐ地域社会の実現

◆国際展開戦略

○積極的な世界市場展開と、対内直接投資拡大等を通じ、世界のヒト、モノ、お金を日本に惹きつけ、世界の経済成長を取り込みます。

○日本国内の徹底したグローバル化を進めます。

○次の3つの項目から構成されています。

1. 戦略的な通商関係の構築と経済連携の推進
2. 海外市場獲得のための戦略的取組
3. 我が国の成長を支える資金・人材等に関する基盤の整備

出所：首相官邸ホームページ

(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/>)

⁴⁴ GNI：国民総所得のことで Gross National Income を略したものです。GDPから海外へ支払う所得を除き、海外から受取る所得を加えたもので、かつては国民総生産(GNP)と呼ばれていました。

2014年に改訂された「日本再興戦略」改訂2014—未来への挑戦—では、2013年の「日本再興戦略」で課題としていた労働市場改革や農業の生産性拡大の解決の方向性を示すとともに、振興させる今後の成長分野として、医療・健康やエネルギーに加えてロボットが加えられました。

図表2-18 「日本再興戦略」改訂2014の概要



※図表中の用語は下記脚注を参照

コーポレートガバナンス⁴⁵ ポートフォリオ⁴⁶ エクイティ⁴⁷
バリューチェーン⁴⁸ 6次産業化⁴⁹ ホールディングカンパニー⁵⁰
非営利ホールディングカンパニー型法人制度（仮）⁵¹ プラットフォーム⁵²
PPP/PFI⁵³

出所：首相官邸ホームページ

(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/>)

⁴⁵ コーポレートガバナンス：企業が不正行為を行わないように、あるいは適正な事業活動がなされるように企業を統制・監視することです。「企業統治」と訳されています。

⁴⁶ ポートフォリオ：運用する金融資産の組み合わせ方のことです。

⁴⁷ エクイティ：株式資本のことです。

⁴⁸ バリューチェーン：原材料の調達から製品・サービスが顧客に届くまでの各段階において価値とコストが付加・蓄積され、各段階を通した一連の連鎖的活動の中で顧客に対する最終的な価値が生み出される、という考え方です。企業活動の各段階を一連の価値(Value)の連鎖(Chain)としてとらえる考え方のため、バリューチェーンと呼ばれています。

⁴⁹ 6次産業化：第1次産業である農林水産業者が、生産した農産物を原材料とした加工食品の製造・販売、地域資源を生かしたサービス（例えば観光農園）など、第2次産業や第3次産業まで事業を展開することです。1、2、3の掛け算で6次産業化と呼ばれています。

⁵⁰ ホールディングカンパニー：株式を所有することにより傘下企業の事業活動を支配し、グループ全体の戦略・経営計画立案などを行う会社のことで、持株会社とも呼ばれます。

⁵¹ 非営利ホールディングカンパニー型法人制度（仮）：複数の医療法人及び社会福祉法人等を束ねて一体的に経営することを法制上可能とする制度です。

⁵² プラットフォーム：物事を行うための基礎・基盤となる仕組みを表す概念です。

⁵³ PPP/PFI：PPP(Public Private Partnership)は、官民の連携による公共サービスの提供手法のことです。

PFI(Private Finance Initiative)は、PPPの一形態で、公共施設の建設・維持管理・運営等に民間の資金や経営能力等を導入し、国や地方公共団体が直接実施するよりも効率的、効果的にサービスを提供する手法のことです。

(2) 総合特区

「総合特区」制度は、産業の国際競争力の強化及び地域の活性化に関する施策を総合的かつ集中的に推進することにより、我が国の経済社会の活力の向上及び持続的発展を図るため、2011年8月に施行された「総合特別区域法」に基づき創設された制度です。総合特別区域には、我が国の経済成長のエンジンとなる産業・機能の拠点形成等による国際競争力の強化を図る「国際戦略総合特別区域」と、地域資源を最大限活用した地域活性化の取組により地域力の向上を図る「地域活性化総合特別区域」があります。

神奈川県内では、2011年12月に「京浜臨海部ライフイノベーション国際戦略総合特区」（国際戦略総合特別区域）、2013年2月に「さがみロボット産業特区」（地域活性化総合特別区域）の指定を受けています。このうち、「さがみロボット産業特区」は、本市を含む、さがみ縦貫道路沿線地域等の10市2町を対象区域としており、ロボットを開発する際のハードルとなる様々な法令の規制緩和や、実証実験のサポートなどを通じて、生活支援ロボットの実用化を通じた地域の安全・安心の実現を目指しています。本市内では、同特区の取組の一環として、住宅展示場におけるロボット体験施設の開設や、元県立新磯高校のプレ実証フィールドとしての活用などが行われています。

図表2-19 さがみロボット産業特区の概要



出所：神奈川県ホームページ

(<http://sagamirobot.com/about.html> (上))

(<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f430080/p811470.html> (下))

(3) 国家戦略特区

「国家戦略特区」は、経済社会の構造改革を重点的に推進することにより、産業の国際競争力を強化するとともに、国際的な経済活動の拠点の形成を促進する観点から、国が定めた区域において、規制改革等の施策を総合的かつ集中的に推進するものです。2013年6月に特区創設が閣議決定され、同年12月には国家戦略特別区域法が成立しました。

神奈川県は、2013年9月に横浜市、川崎市と共同で「健康・未病産業と最先端医療関連産業の創出による経済成長プラン～ヘルスケア・ニューフロンティアの実現に向けて～」を提案し、2014年5月には東京特別区9区、千葉県成田市とともに神奈川県全域が特区区域に指定されました。その後、国家戦略特区担当大臣や関係地方公共団体の長などを構成員とする「東京圏国家戦略特別区域会議」において、国家戦略特別区域計画が作成され、2014年12月に第1回の認定を受け、2015年9月には4回目の認定を受けました。

図表2-20 国家戦略特別区域（東京圏）の概要

名称	内容
国家戦略民間都市再生事業	民間都市再生事業計画の認定に係る都市再生特別措置法の特例
国家戦略都市計画建築物等整備事業	都市計画の決定又は変更に係る都市計画法の特例
国家戦略道路占用事業	エリアマネジメントに係る道路法の特例
保険外併用療養に関する特例 関連事業	保険外併用療養に関する特例
国家戦略特別区域高度医療提供事業	病床規制に係る医療法の特例
二国間協定に基づく外国医師の業務解禁 関連事業	二国間協定に基づく外国医師の業務解禁
公証人役場外定款認証事業	公証人役場外での定款認証に係る公証人法の特例
国家戦略特別区域限定保育士事業	保育士資格に係る児童福祉法等の特例

※図表中の用語は下記脚注を参照

ハブ⁵⁴

出所：首相官邸ホームページ

(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc/dai5/sankou_kuiki.pdf)

(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc/kuikikeikaku.html>)

⁵⁴ ハブ：ネットワークの中心となる場所・拠点です。

(4) まち・ひと・しごとと創生

我が国における急速な少子高齢化の進行に的確に対応し、日本全体、特に地方の人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくことを目指し、2014年11月に「まち・ひと・しごと創生法」が制定されました。

同年12月には、同法に基づき、日本の人口の現状と将来の姿を示し、今後目指すべき将来の方向を提示する「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（長期ビジョン）」、及びこれを実現するため、今後5か年の目標や施策の基本的方向、具体的な施策をまとめた「まち・ひと・しごと創生総合戦略（総合戦略）」が閣議決定されています。

「長期ビジョン」では、目指すべき将来の方向として、将来にわたって活力ある日本社会を維持するため、2060年におおむね1億人程度の人口を維持することなどを掲げています。

また、「総合戦略」では、人口減少と地域経済縮小を克服し、まち・ひと・しごとの創生（「しごと」と「ひと」の好循環の確立と、その好循環を支える「まち」の活性化）を目指す今後の施策の方向として、「地方における安定した雇用を創出する」「地方への新しいひとの流れをつくる」「若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる」「時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する」という4つの基本目標を掲げ、それぞれの目標に対する政策パッケージ等を提示しています。

なお、都道府県及び市町村においても「地方人口ビジョン」「地方版総合戦略」の策定が求められており、地方公共団体の取組に対して国は情報支援、財政支援、人的支援を行うこととしています。

図表2-2-1 まち・ひと・しごとと創生「長期ビジョン」「総合戦略」の全体像



出所：まち・ひと・しごと創生本部ホームページ

(<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/meeting/souseikaigi/h26-12-26-siryou4-2.pdf>)

2 相模原市の住環境・事業環境

2.1 人口の推移

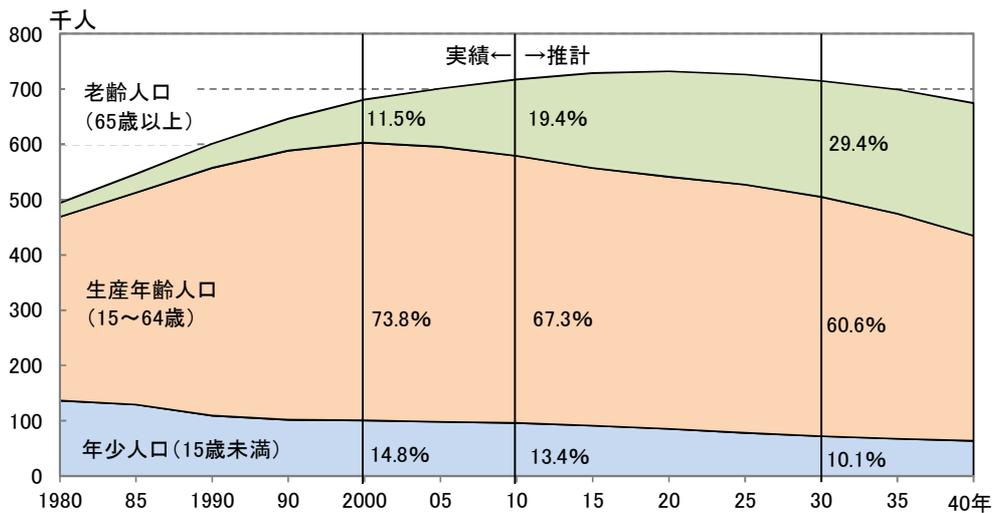
本市は全国でもまれに見る人口急増地域でしたが、近年はその増加ペースは落ち着いてきました。直近の国勢調査（2010年調査）によると、本市の総人口は717,544人、世帯数は302,815世帯となり、その後も人口、世帯数ともに増加が続いており、2014年（10月1日現在）の人口は722,931人、世帯数は316,320世帯となっています。行政区別に見ると、南区が277,281人と最も多く、中央区269,812人、緑区175,838人の順となっています。

さがみはら都市みらい研究所が行った「2010年国勢調査に基づく相模原市の将来人口推計」によると、全国では既に人口減少局面に入った中で、本市の人口は増加傾向が続き2019年に732,233人でピークを迎え、以降緩やかに減少することが予測されています。

また、総人口に対する65歳以上人口の割合である高齢化率について見ると、本市では全国に比べて高齢化率は低いものの、2013年（1月1日現在）には2割を超え、その後も上昇して2032年には3割を超えると予測されており、高齢者数も大きく増加することが見込まれています。

こうした人口減少、高齢化の進行による本市の経済・産業への影響が懸念されるため、こうした大きな環境変化を見据えた産業政策の検討が必要となります。

図表2-22 相模原市の年齢3区分人口の推移（実績・予測）



出所：実績値：総務省「国勢調査」（1980年～2010年）

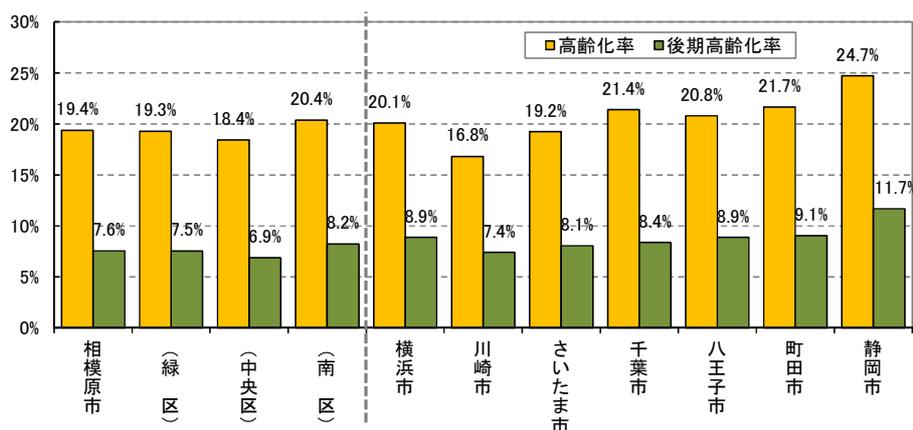
推計値：さがみはら都市みらい研究所「2010年国勢調査に基づく相模原市の将来人口推計」（2013年1月）

2.2 高齢化率

2010年の高齢化率を、首都圏の政令市等との間で比較したところ、本市は19.4%で、川崎市、さいたま市に次いで低くなっています。また、75歳以上人口の総人口に対する割合である後期高齢化率は7.6%と川崎市に次いで低いことから、本市は大都市の中でも若い市民の割合が高い都市といえます。

行政区別に見ると、高齢化率、後期高齢化率ともに南区が最も高くなっています。

図表 2-23 高齢化率の都市間比較(2010年)



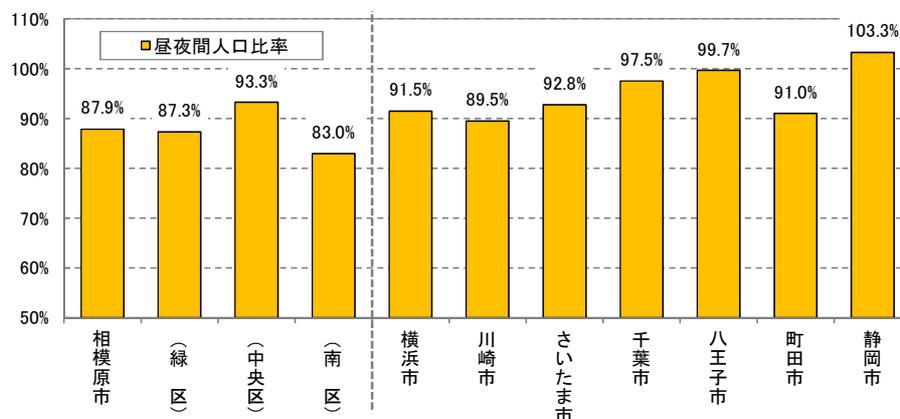
(注)ここでは、比較する都市として、以下の条件に該当する7都市を取り上げた。
 ①首都圏の政令市(横浜市、川崎市、さいたま市、千葉市)
 ②首都圏以外の政令市で本市と人口規模や産業構成等の面で類似性がある都市(静岡市)
 ③本市に隣接する都市のうち、50万人程度の人口規模を有する都市(八王子市、町田市)
 出所：総務省「国勢調査」(2010年)

2.3 昼夜間人口比率⁵⁵

本市は町田市と八王子市に隣接するとともに、JR横浜線、小田急線、京王線などにより、横浜や、新宿区など東京都心部へのアクセスが良好であるため、これらの地域のベッドタウンとしての性格を有しています。このため、昼間人口が夜間人口よりも少なく、昼夜間人口比率は87.9%と1を下回っています。

本市を含めて1都3県に位置する政令市や近隣市では、東京都心部等への昼間人口の流出が大きいために昼夜間人口比率は軒並み1を下回っていますが、本市は中でも川崎市と並んで最も低い水準にあり、他市に比べても昼間人口の流出が大きくなっています。昼間人口の流出は、昼間人口を対象とする商業・サービス機能が集積しにくい一因となっていると考えられます。一方、市民の雇用の受け皿として、さらには周辺地域から就業者を誘引することが期待される業務・商業機能の集積の低さが、昼間人口の流出につながっている面もあると考えられます。

図表 2-24 昼夜間人口比率の都市間比較(2010年)



出所：総務省「国勢調査」(2010年)

⁵⁵ 昼夜間人口比率：ある地域の夜間人口に対する昼間人口の割合で、これが100%を超える場合は昼に域外から人が流入する地域、100%を下回る場合は昼に域外へ人が流出する地域であることを表しています。

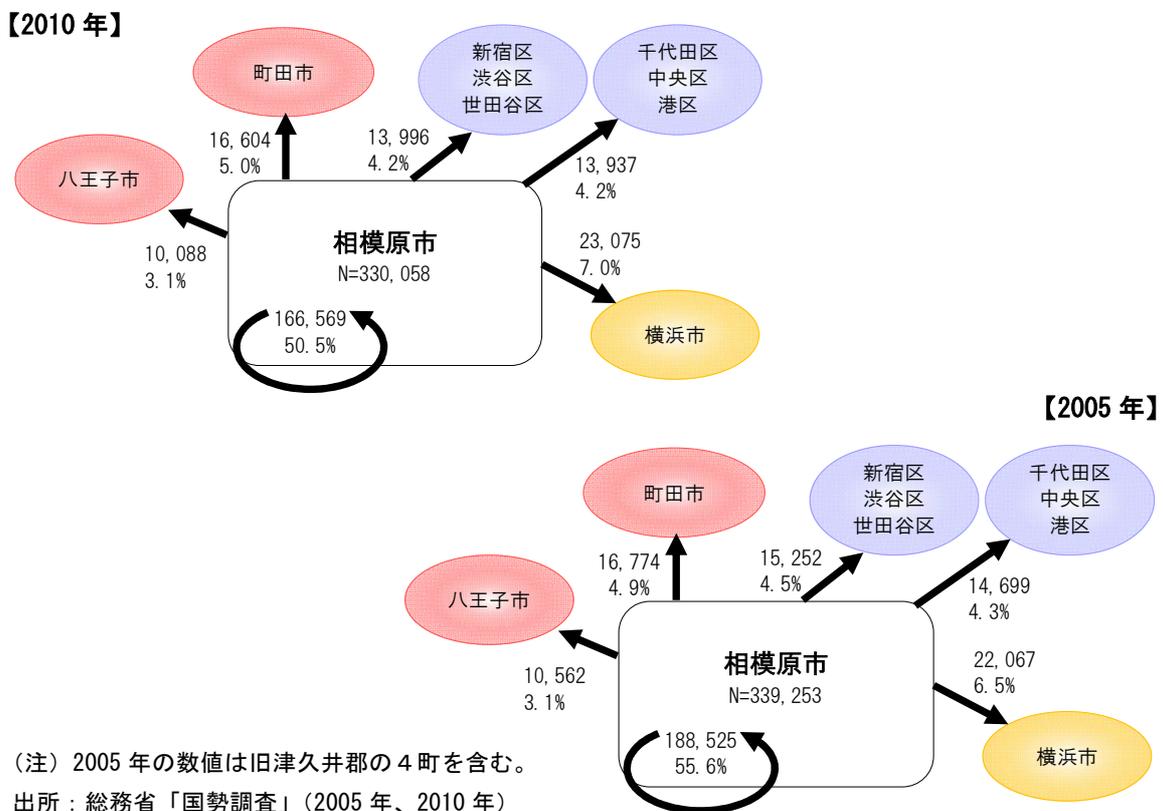
2. 4 日常の人口移動

(1) 通勤の状況

市内に住む就業者約 33 万人 (2010 年) の具体的な通勤先を見ると、市内通勤の割合が最も大きく、半数(50.5%)は本市内に通勤をしています。市外通勤では横浜市の割合が最も大きく 7.0%、次いで町田市の 5.0%、東京都区部のうち小田急・京王両路線の沿線である新宿区・渋谷区・世田谷区、東京都心 3 区(千代田区・中央区・港区)の 4.2%となっています。

2005 年からの通勤先の内訳割合の変化を見ると、横浜市の割合が 6.5%から 7.0%と上昇した以外、東京都区部がやや低下したものの主要な通勤先の割合に大きな変化は見られません。ただし、市内通勤の割合が 5 ポイント低下していることから、主要な市外通勤先以外への通勤の割合が大きくなったことがうかがえます。

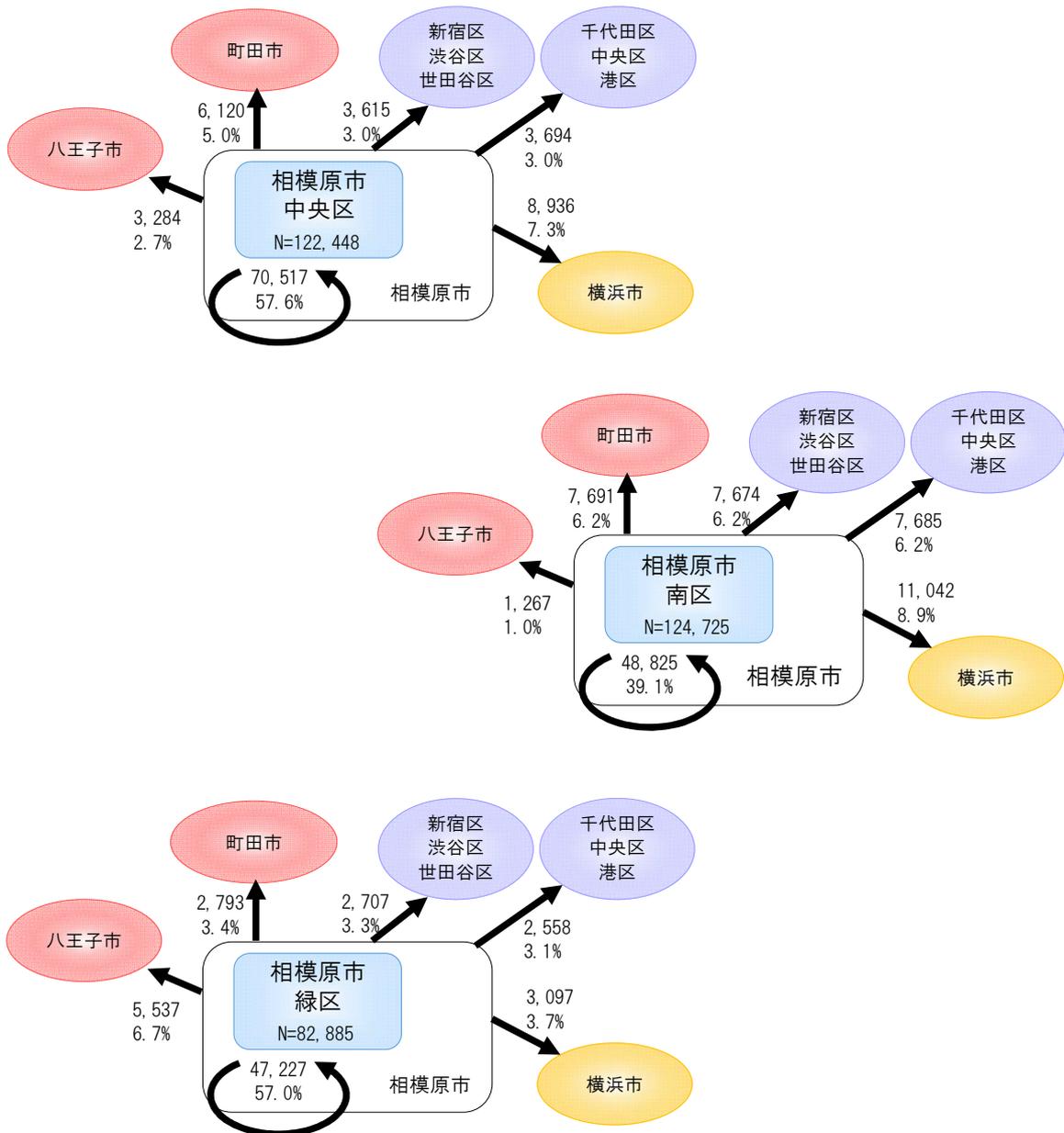
図表 2-25 市内に常住する就業者の通勤先 (2005 年・2010 年)



市内に住む就業者の通勤先を行政区別に見ると、いずれの区でも市内通勤の割合が最も大きくなっていますが、中央区、緑区ではその割合が5割半ばであるのに対して、南区では4割弱(39.1%)にとどまっており、南区からの昼間人口の流出が大きいことが分かります。

市外通勤先の内訳を見ると、中央区と南区では横浜市の割合が最大である点は共通していますが、中央区では町田市、南区では町田市とともに新宿区・渋谷区・世田谷区、千代田区・中央区・港区の割合が大きくなっており、両区で市外通勤先に違いが見られます。また、緑区では八王子市の割合が横浜市や町田市よりも大きく、他区と異なる特徴が見られます。

図表 2-26 市内就業者の通勤先（行政区別）（2010年）



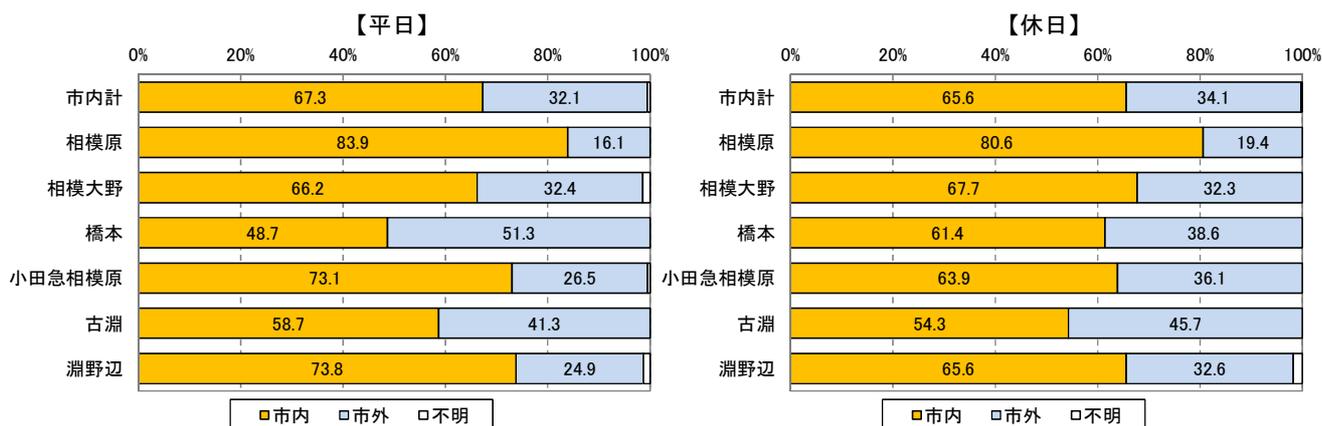
出所：総務省「国勢調査」（2010年）

（2）本市来街者の市内外別居住状況

2014年度の相模原市商業実態調査によると、本市に来街された人のうち、市外から訪れた人の割合は平日では32.1%、休日では34.1%で、本市来街者の約3分の1は市外の方となっています。

市内の各地域別に来街者の市内外別の内訳を見ると、平日、休日ともに橋本、古淵における市外の割合が大きくなっています。橋本では平日の市外割合が51.3%と半数を超える一方で休日は38.6%と大幅に小さくなりますが、古淵では平日41.3%に対して休日が45.7%と平日よりも若干大きくなり、市外割合が安定して高くなっています。

図表 2-27 市内各地における来街者の市内外別割合(2014年度)



出所：相模原市「相模原市商業実態調査」(2014年度)

2.5 住環境

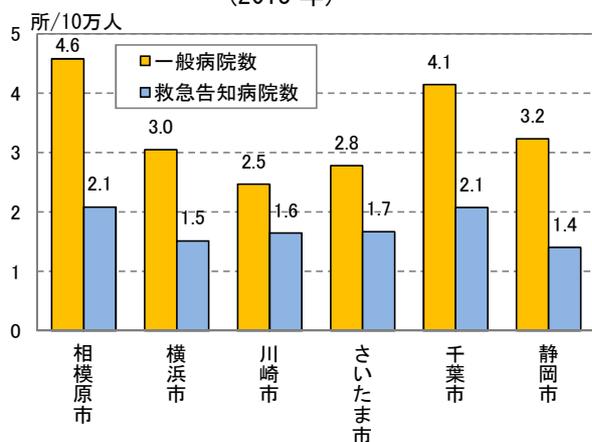
本市は旧相模原市が2006年3月に旧津久井町と旧相模湖町、2007年3月に旧城山町、旧藤野町と合併して人口70万を超える都市になり、旧相模原市の都市機能と旧津久井地域の豊かな自然とを併せ持つことにより、多様な魅力を持つ都市となっています。本市の周辺には、大学や企業の研究機関の集積地である八王子市や東京都多摩地区の一大商業地である町田市など、魅力ある自治体が隣接し、周辺自治体とともに、約230万の人口で形成される都市圏^(※)の牽引役を担っています。

(※)2010年における相模原市、座間市、大和市、厚木市、愛川町、八王子市、町田市の人口の合計値
(出所：総務省「国勢調査」)

生活を支えるインフラも充実しており、近隣の政令市と比較すると、例えば一般病院数は人口10万人当たり4.6か所、救急告示病院⁵⁶は2.1か所とトップの水準にあります。

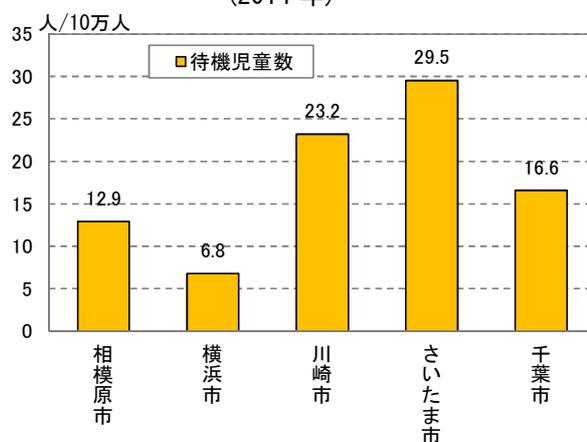
また、人口10万人当たりの待機児童数についても12.9人と横浜市に次いで少なく、大都市の中でも子育てがしやすく、安全・安心に生活できる環境が整った都市といえます。

図表 2-28 人口10万人当たりの病院数(2013年)



出所：厚生労働省「医療施設(動態)調査」(2013年)

図表 2-29 人口10万人当たりの待機児童数(2014年)



出所：各市公表資料より浜銀総合研究所作成
(相模原市のみ2014年4月、他は2014年10月)

⁵⁶ 救急告示病院：救急病院等を定める省令第2条第1項の規定に基づき、救急病院として都道府県知事より告示された施設のことです。

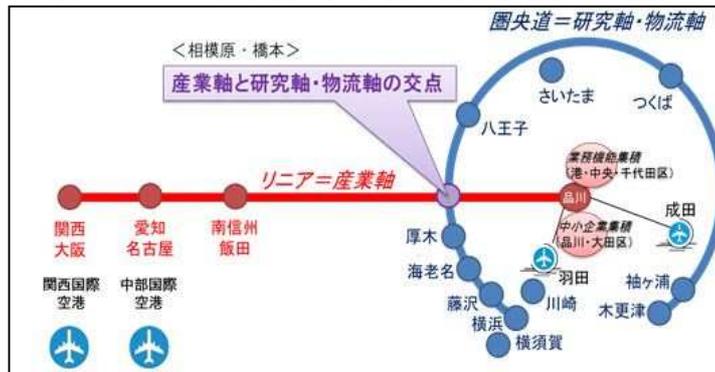
2. 6 市内の主要プロジェクトの状況

(1) 広域交流拠点基本計画

本市では、リニア中央新幹線建設や首都圏中央連絡自動車道(圏央道)の整備、相模総合補給廠の一部返還等、次のような様々な大規模プロジェクトが進行しています。

- ◆ **リニア中央新幹線の建設**
東京から名古屋市間を 40 分、東京から大阪間を 67 分で結ぶ日本の新たな大動脈。橋本駅付近に神奈川県駅の設置が計画される。
- ◆ **相模総合補給廠の一部返還等**
相模原駅北側約 17 ヘクタールの一部返還及び約 35 ヘクタールの共同使用。
- ◆ **小田急多摩線の延伸計画**
唐木田駅から本市内を経て愛川・厚木方面への延伸の取組。
- ◆ **圏央道(さがみ縦貫道路)の開通**
東名高速道路、中央自動車道、関越自動車道を結節する津久井・県央・湘南を直接結ぶ神奈川県の大動脈。相模原愛川 IC、相模原 IC の整備。

図表 2-30 広域圏における広域交流拠点の位置付け



出所：相模原市「相模原市広域交流拠点基本計画」（2014年6月）

本市では、広域交流拠点のポテンシャルを生かしつつ更に向上させ、首都圏南西部の広域的な視点から市の都市力向上を目指す方策として「広域交流拠点都市推進戦略」を策定し、同戦略に基づき、橋本・相模原両駅を核とした一体的な拠点の将来像と体系的な整備方針について「広域交流拠点基本計画」を策定しました。

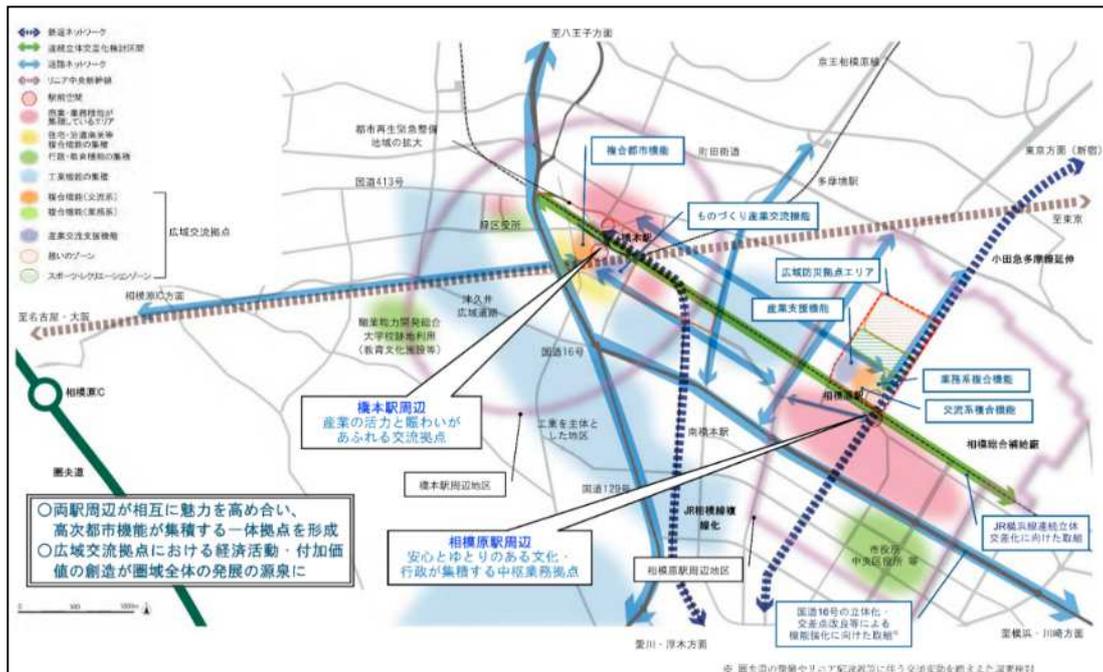
同計画の方針に基づき、橋本駅周辺地区及び相模原駅周辺地区について、各地区の現状、課題に対応した交通ネットワーク、土地利用等の検討を行い、2015年度を目途に整備計画の策定を予定しています。

図表 2-31 橋本・相模原両駅周辺整備のスケジュール

年度	橋本・相模原駅周辺整備
2014年度	圏央道(さがみ縦貫道路)市内区間の開通(東名高速道路・中央自動車道・関越自動車道の接続) 相模総合補給廠の一部返還 圏央道相模原 IC 供用開始
2015年度～	都市計画決定、駅周辺整備
2027年度	小田急多摩線延伸の実現 リニア中央新幹線「東京都(品川)ー名古屋市間」開業 橋本駅・相模原駅周辺地区まち開き
2045年度	リニア中央新幹線「名古屋市ー大阪市間」開業

出所：相模原市「相模原市広域交流拠点基本計画」（2014年6月）

図表 2-32 広域交流拠点における機能集積の方向性



(2) 産業用地の創出

本市では、産業用地創出に向けた拠点整備として、「麻溝台・新磯野地区」「当麻地区」「金原・串川地区」の3地区の計画を進めています。

図表 2-33 産業用地創出に向けた拠点整備の概要



(3) 商業地の形成

本市では、市内に散在する複数の商業地について、それぞれの商業集積の現況、交通の拠点性及び将来の発展性などを加味しながら、商業地形成のための様々な取組を「商業地形成事業」として進めています。

同事業では、ターミナル⁵⁷性の高い駅周辺地区に都市機能を複合的に備えた「中心商業地」、比較的乗降客の多い駅周辺の地区では買回り機能を高めた「地区中心商業地」、駅前や幹線道路沿いの地区では最寄品⁵⁸の購入ニーズに対応する機能を持つ「近隣商業地」と、既成商業地の姿に応じて目指す商業地の機能を設定しています。

各地区では、「商業地づくり」のための基本計画、街区別整備計画等を策定し、地区の特性を生かしたまちづくりを進めています。

図表 2 - 3 4 商業地形成事業区域



出所：相模原市経済部資料

図表 2 - 3 5 商業地形成事業の目指す商業地機能と該当地区

分類	機能	該当地区
中心商業地	買回品 ⁵⁹ を中心に娯楽、飲食等を含めた商業機能を充実し、業務、文化、交流等の都市機能を複合的に備えた広域的な商業地	橋本駅周辺地区、相模原駅周辺地区、相模大野駅周辺地区
地区中心商業地	居住地近隣の商業地に比べ、買回り機能を高めた商業地	淵野辺地区、上溝地区、小田急相模原地区、東林間地区、古淵地区
近隣商業地	生鮮三品 ⁶⁰ 等、実用最寄品を主体に、近隣住民のニーズに対応する商業地	若松地区、相武台地区、南橋本地区、相原二本松地区ほか

出所：相模原市経済部資料

⁵⁷ ターミナル：路線の起点・終点であり、分岐点として多数の路線が束ねられ、乗り換え（旅客輸送の場合。貨物ならば積み替え）が頻繁に行われる、交通において重要な拠点の意味です。

⁵⁸ 最寄品：近くの小売店で頻繁に購入するような商品。食料品や日用雑貨などが該当します。

⁵⁹ 買回品：購入頻度が低く、購入に当たり品質や価格を比較検討するなどして慎重に選ぶ商品です。耐久消費財や趣味の雑貨などが該当します。

⁶⁰ 生鮮三品：食料品のうち鮮魚・青果・精肉を指します。

2. 7 事業支援環境

本市では、市内企業の事業活動を支援するための様々な施策を実施しています。支援の中には、市で直接実施しているものと、株式会社さがみはら産業創造センター（S I C）を通じて行っているものがあります。

S I Cは、本市が多くの企業とともに出資を行っている株式会社で、経営相談やビジネスマッチング⁶¹など幅広く企業の事業活動を支援するとともに、人材育成事業による将来の起業家育成にも取り組んでいます。施設規模としては3棟 125室の入居スペースを持ち、インキュベーション施設としては国内有数の規模を有しています。入居企業の業種は工業関連からサービス業まで多業種にわたっており、各企業が日々事業活動に取り組んでいます。

また、市内企業の事業活動に対する支援については、相模原商工会議所や公益財団法人相模原市産業振興財団による取組も行われています。相模原商工会議所では、企業の取引拡大や交流の促進、経営に関する相談等の支援を行っています。公益財団法人相模原市産業振興財団においても、創業支援のほか、中小企業の経営に関する総合的な支援、販路開拓や海外進出等の支援を行っています。

さらに、2014年4月1日には、「がんばる中小企業を応援する条例」が施行され、中小企業の振興に関する施策が本市の重要課題として位置付けられました。販路拡大の促進、受注機会の増大など、条例に基づく様々な支援施策の実施により、市内企業の事業活動を支援する環境整備が進められています。

⁶¹ ビジネスマッチング：企業等の事業活動のために、適切なパートナーを探したり、パートナー候補を斡旋したりする支援サービスです。

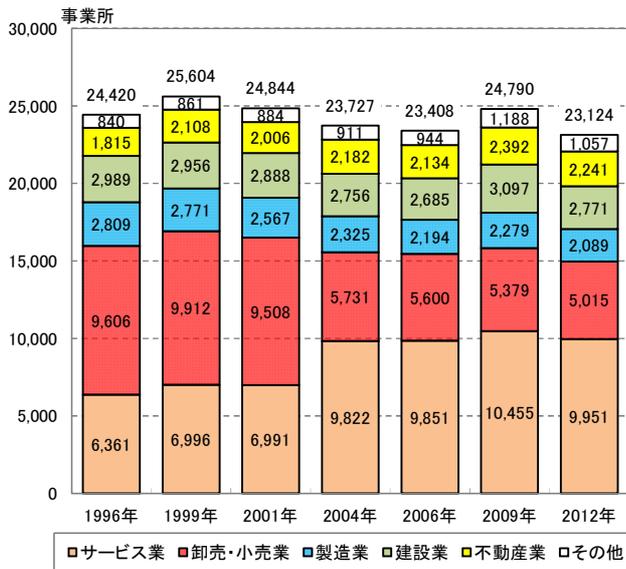
3 相模原市の産業構造

3.1 事業所数・従業者数の推移

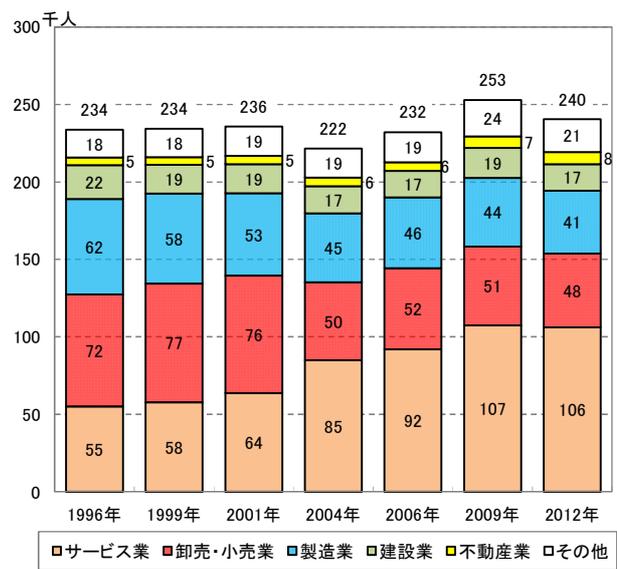
産業動向を俯瞰するために全産業の事業所数の推移を見ると、本市の民営事業所数は1999年の25,604事業所をピークに2006年まで減少が続いてきました。直近の2012年は23,124事業所で2009年の24,790事業所から1,666事業所、6.7%の減少となっています。

民営事業所の従業者数の推移を見ると、2001年から2004年にかけて減少することもありましたが、1996年から2006年までおおむね23万人台で推移しています。直近の2012年は240,371人で2009年の252,931人から12,560人、5.0%の減少となっています。

図表2-36 民営事業所数の推移



図表2-37 民営事業所の従業者数の推移

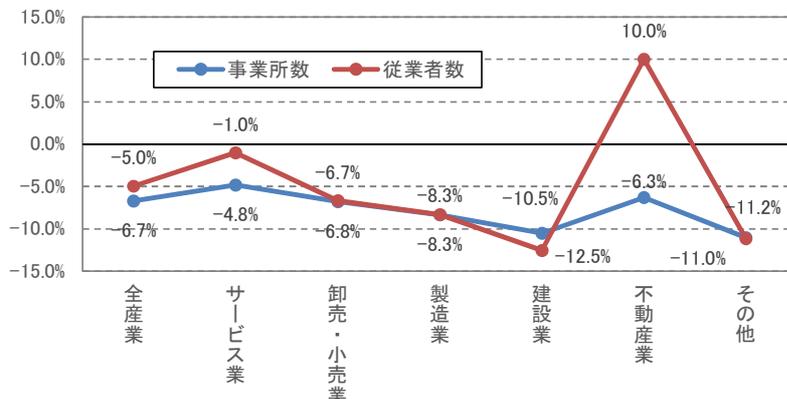


出所：総務省「事業所・企業統計」（1996年～2006年）「経済センサス」（2009年・2012年）

（注）「経済センサス」と「事業所・企業統計」と調査の対象は同様だが、調査手法で異なる点があるため、両者の差数が全て増加・減少を示すものではない。

2009年から2012年にかけての主な大分類業種別の増減を見ると事業所数では全ての業種、従業者数では不動産業を除いて減少しています。主要な業種の中では建設業の減少率が大きく、事業所数、従業者数ともに1割以上の減少となっています。

図表2-38 事業所数、従業者数の業種別増加率(2009年～2012年) (民営)



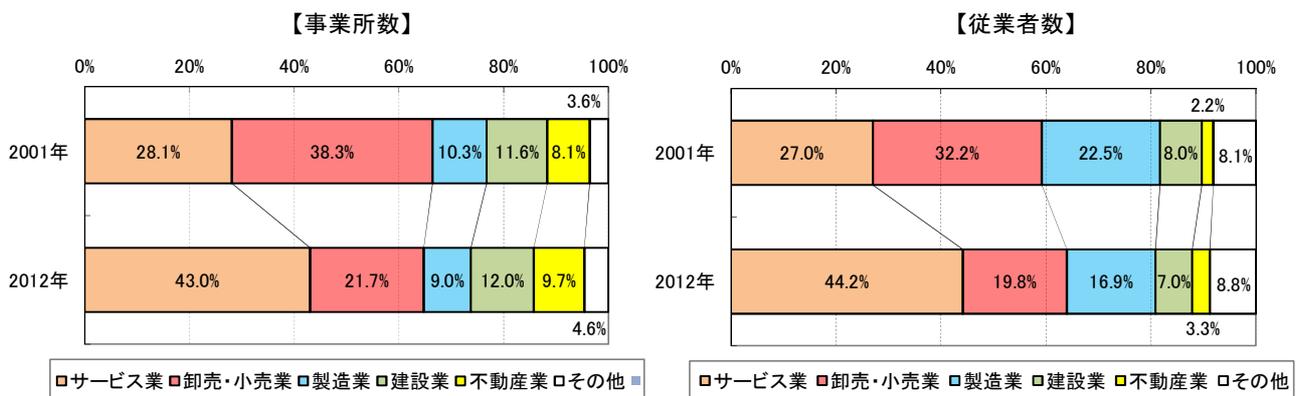
出所：総務省「経済センサス」（2009年・2012年）

3. 2 産業構造とその変化

2012年における市内の事業所数・従業者数の主な大分類業種別の構成比を見ると、事業所数で最も多くの割合を占めるのはサービス業で43.0%、次いで卸売・小売業が21.7%、建設業の12.0%と続いています。また、従業者数では、サービス業が44.2%、卸売・小売業が19.8%で、構成比の大きな業種は事業所数と共通しています。従業者数ではこれらに次いで製造業の割合が16.9%と3番目に大きく、事業所数では1割程度ですが、本市において製造業の存在感が大きいことが分かります。

2001年から2012年にかけての業種別構成比の変化を見ると、製造業では事業所数、従業者数ともに割合が低下する一方、サービス業と卸売・小売業を合わせた比率は事業所数では微減したものの、従業者数では上昇しており、サービス系の業種のウェイトがおおむね高くなっています。

図表 2-39 事業所数、従業者数の業種別構成比の推移（民営）



出所：総務省「事業所・企業統計」（2001年）「経済センサス活動調査」（2012年）

3. 3 産業の特徴

(1) 産業大分類で見た集積度

産業の集積度の指標である特化係数を用いて、他の政令市や近隣市と比較しながら本市の産業の特徴を見ていくと、事業所数では「不動産業、物品賃貸業」「教育、学習支援業」が1を大きく超えているほか、「建設業」も他都市に比べて大きく、これらの産業の集積度が相対的に高いことが分かります。また、従業者数では「教育、学習支援業」の特化係数が事業所数と同様に高いことに加えて、「製造業」「生活関連サービス、娯楽業」も他都市に比べて高く、これらの業種において従業者数の集積度が相対的に高くなっています。

一方で、「情報通信業」や「金融・保険業」「サービス業（他に分類されないもの）」などの特化係数は、事業所数、従業者数ともに他都市に比べて低水準であり、これらの産業の集積度が相対的に低くなっています。

図表 2-40 事業所数、従業者数の産業大分類業種別の特化係数（民営）（2012年）

【事業所数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
農林漁業	0.55	0.22	0.25	0.26	0.29	0.19	0.40	0.37
鉱業、採石業、砂利採取業	0.10	0.02	0.00	0.00	0.08	0.26	0.20	0.85
建設業	1.24	1.02	1.05	1.00	1.03	1.05	1.04	1.02
製造業	1.00	0.66	0.91	0.77	0.44	0.92	0.45	1.14
電気・ガス・熱供給・水道業	0.24	0.69	0.64	0.78	1.55	0.75	0.46	0.76
情報通信業	0.85	1.49	1.37	1.08	1.12	1.23	1.32	0.90
運輸業、郵便業	0.89	1.10	1.29	0.80	1.07	0.82	0.56	0.95
卸売業、小売業	0.84	0.93	0.85	0.99	1.00	0.92	0.99	1.10
金融業、保険業	0.60	0.93	0.74	1.18	1.31	0.87	1.06	1.20
不動産業、物品賃貸業	1.39	1.37	1.44	1.24	1.16	1.17	1.18	0.90
学術研究、専門・技術サービス業	1.11	1.30	0.99	1.14	1.20	1.11	1.35	1.05
宿泊業、飲食サービス業	0.90	0.96	1.10	0.91	0.95	0.99	0.96	0.89
生活関連サービス業、娯楽業	1.04	0.94	0.97	1.03	1.08	0.95	1.10	0.96
教育、学習支援業	1.52	1.21	1.05	1.41	1.20	1.30	1.70	0.93
医療、福祉	1.14	1.30	1.19	1.16	1.23	1.28	1.37	0.83
複合サービス事業	0.64	0.59	0.59	0.55	0.70	0.57	0.49	0.75
サービス業(他に分類されないもの)	0.80	0.89	0.80	0.93	1.08	0.98	0.79	0.99

【従業者数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
農林漁業	0.67	0.17	0.23	0.14	0.21	0.18	0.21	0.40
鉱業、採石業、砂利採取業	0.14	0.00	0.00	0.00	0.01	0.43	0.04	0.65
建設業	1.01	0.96	0.94	1.04	1.08	0.86	0.85	1.05
製造業	1.02	0.61	0.96	0.54	0.42	0.72	0.41	1.00
電気・ガス・熱供給・水道業	0.48	0.81	0.54	1.31	1.32	1.15	0.42	1.22
情報通信業	0.36	1.49	2.20	0.81	1.06	0.68	0.62	0.88
運輸業、郵便業	0.99	1.05	1.09	1.03	1.08	0.96	0.64	1.04
卸売業、小売業	0.94	0.97	0.81	1.10	1.10	0.99	1.11	1.04
金融業、保険業	0.44	0.91	0.58	1.44	1.35	0.64	0.92	1.17
不動産業、物品賃貸業	1.26	1.34	1.17	1.27	1.11	0.95	1.71	0.90
学術研究、専門・技術サービス業	0.95	1.42	1.93	0.97	1.25	1.14	0.80	0.92
宿泊業、飲食サービス業	1.06	1.04	1.01	1.03	1.01	1.08	1.38	0.91
生活関連サービス業、娯楽業	1.20	1.00	1.03	1.07	0.99	0.98	1.19	0.88
教育、学習支援業	1.39	1.25	1.10	1.26	1.36	2.20	2.58	1.01
医療、福祉	1.22	1.15	0.93	0.89	0.96	1.40	1.36	0.84
複合サービス事業	0.91	0.62	0.67	0.69	0.47	0.46	0.48	0.85
サービス業(他に分類されないもの)	0.90	1.24	1.03	1.54	1.55	0.96	0.79	1.30

（注1）特化係数＝当該地域の全産業に占める各産業の割合÷全国の全産業に占める各産業の割合。特化係数が1を超える産業は、当該産業が地域に占めるシェアが全国におけるシェアよりも大きく、特化していることを表す。

（注2）着色は特化係数が1.35を超えるものに施している。

出所：総務省「経済センサス活動調査」（2012年）

（2）産業小分類で見た集積度

産業小分類業種別に事業所数、従業者数の特化係数が大きな産業を抽出すると、事業所数の特化係数が大きな業種の多くは製造業に属する業種となりました。中でも「電子回路製造業」「電気計測器製造業」などの電気機械系、「建設機械・鉱山機械製造業」「半導体・フラットパネルディスプレイ製造装置製造業」などの一般機械系の業種が多くなっています。

従業者数の特化係数が大きな業種を見ると、製造業では「ボイラ・原動機製造業」「ポンプ・圧縮機製造業」などの一般機械系、「電子応用装置製造業」「電子回路製造業」等の電気機械系の業種が多く、事業所数と同様の傾向が見られます。また、非製造業では「その他の道路旅客運送業」「こん包業」などの運輸系業種のほか、「その他の物品賃貸業」「火葬・墓地管理業」といった個人向けにサービスを提供する業種の特化係数が高くなっています。

図表 2-4-1 事業所数、従業者数の産業小分類業種別の特化係数（民営）（2012年）

【事業所数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
特用林産物生産業(きのこ類の栽培を除く)	2.95	0.00	0.00	0.00	2.38	0.00	0.00	0.00
ガラス・同製品製造業	2.58	0.55	0.93	1.00	0.85	1.03	0.45	0.74
電線・ケーブル製造業	2.98	0.67	2.43	1.32	0.00	3.75	1.91	0.21
建設機械・鉱山機械製造業	2.83	0.47	0.77	0.83	1.86	0.26	0.40	0.26
半導体・フラットパネルディスプレイ製造装置製造業	3.98	1.59	3.22	0.75	0.25	5.13	1.18	0.13
事務用機械器具製造業	3.13	1.09	3.69	1.13	0.69	2.86	0.55	0.36
電子部品製造業	2.70	1.09	2.62	0.95	0.31	2.92	1.98	0.24
電子回路製造業	6.01	1.80	3.57	1.00	0.00	7.95	2.19	0.65
ユニット部品製造業	4.54	1.19	2.31	1.80	1.10	4.57	4.37	0.29
電子応用装置製造業	3.88	1.57	4.03	1.04	0.49	8.21	3.14	0.51
電気計測器製造業	4.81	1.94	4.90	0.62	0.75	8.38	4.18	0.29
その他の電気機械器具製造業	4.22	1.42	3.17	0.80	1.13	1.77	0.68	0.44
通信機械器具・同関連機械器具製造業	3.44	2.91	6.40	1.15	1.31	1.78	1.95	0.26
映像・音響機械器具製造業	2.98	2.04	3.76	2.74	0.37	4.04	4.86	0.00
電子計算機・同附属装置製造業	3.84	1.86	3.50	0.73	0.52	1.88	5.34	0.40
産業用運搬車両・同部分品・附属品製造業	4.79	0.53	1.23	0.49	0.00	0.55	0.00	0.55
機械設計業	2.72	2.42	2.03	0.97	0.85	1.94	2.27	1.03
火葬・墓地管理業	2.62	1.19	0.99	1.61	1.23	3.57	5.89	0.28
その他の廃棄物処理業	5.24	1.06	2.96	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

【従業者数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
育林業	5.63	0.01	1.36	0.00	0.00	0.00	0.00	0.25
特用林産物生産業(きのこ類の栽培を除く)	4.79	0.00	0.00	0.00	0.43	0.00	0.00	0.00
石工・れんが・タイル・ブロック工事業	2.50	1.07	1.71	1.88	0.97	1.35	1.14	0.95
紙製品製造業	8.32	0.29	0.16	0.07	0.25	1.09	0.16	0.83
化粧品・歯磨・その他の化粧品調整品製造業	2.56	0.78	0.23	0.14	0.08	0.24	0.84	3.59
ガラス・同製品製造業	6.71	0.87	0.63	0.38	0.20	0.18	0.07	0.15
ブリキ缶・その他のめっき板等製品製造業	11.17	2.12	0.00	6.27	2.93	0.00	0.09	6.55
金属素材材製品製造業	2.60	0.53	0.62	0.71	0.18	0.77	0.80	0.98
ボイラ・原動機製造業	11.89	4.35	0.08	0.06	0.00	0.00	0.04	0.04
ポンプ・圧縮機器製造業	4.21	0.77	0.50	0.45	0.15	0.25	0.13	1.16
建設機械・鉱山機械製造業	6.68	0.33	0.20	0.14	3.18	0.01	0.03	0.10
光学機械器具・レンズ製造業	2.85	0.38	0.60	5.05	0.10	7.75	1.46	0.12
電子回路製造業	3.52	0.96	0.55	0.16	0.00	2.82	0.36	1.23
電子応用装置製造業	3.08	1.54	0.91	0.47	0.18	3.78	1.01	0.72
電気計測器製造業	5.45	1.33	2.01	0.06	0.30	5.79	1.10	0.63
産業用運搬車両・同部分品・附属品製造業	4.59	0.53	0.14	0.06	0.00	0.40	0.00	0.41
その他の道路旅客運送業	6.91	0.01	0.51	3.32	0.41	0.48	3.97	0.00
こん包業	4.39	1.50	0.82	2.96	0.77	0.39	0.55	1.09
その他の物品賃貸業	2.99	1.13	1.17	1.12	1.36	0.73	1.61	0.99
火葬・墓地管理業	3.14	0.91	1.83	1.97	0.76	5.45	7.88	0.25
職業・教育支援施設	2.61	1.77	0.65	0.99	1.40	0.69	1.13	0.90
その他の廃棄物処理業	3.51	0.10	0.68	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
集会場	3.19	1.36	0.57	3.07	1.23	2.87	0.34	2.28

（注1）特化係数＝当該地域の全産業に占める各産業の割合÷全国全産業に占める各産業の割合。
 特化係数が1を超える産業は、当該産業が地域に占めるシェアが全国におけるシェアよりも大きく、特化していることを表す。

（注2）抽出条件は特化係数が2.50を超える業種。

出所：総務省「経済センサス活動調査」（2012年）

4 相模原市の工業の現状

4.1 工業の推移

(1) 全体の推移

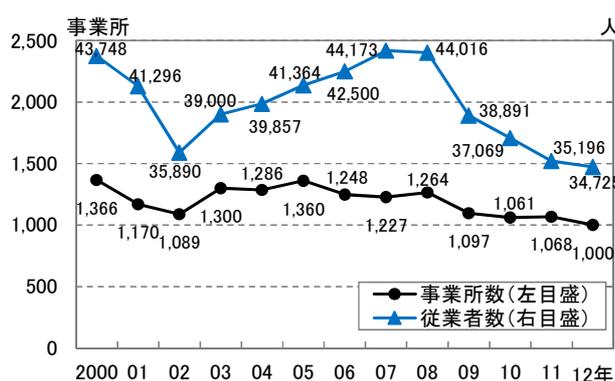
本市の工業事業所数（従業者数4人以上）の推移を見ると、2002年を底に2005年までは増加基調でしたが、2006年以降は、単年では増加することはあったものの、総じて減少基調で推移しています。2012年の事業所数は1,000事業所となり、直近のピークに当たる2008年からは2割以上の減少となっています。

従業者数は2002年を底に2007年まで増加していましたが、2008年以降は減少を続け、2012年は34,725人となり、直近のピークである2007年からの減少は事業所数と同様に2割を超えています。

事業所数、従業者数ともにリーマンショック⁶²の影響により、2008年から2009年にかけての落ち込みが大きいことが分かります。

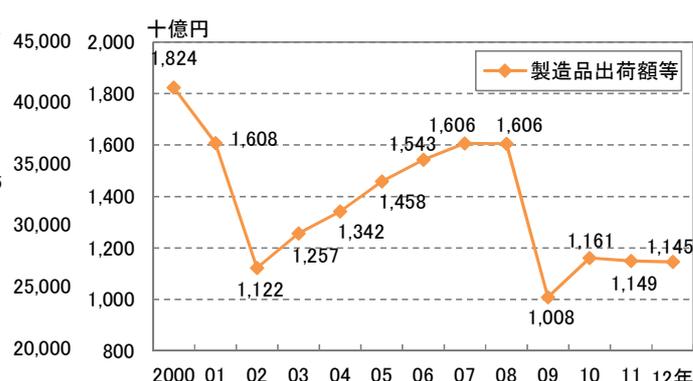
製造品出荷額等の推移を見ると、2002年を底に2008年までは増加基調でしたが、リーマンショックの影響により、2008年から2009年にかけて製造品出荷額等は1.6兆円から1.0兆円へと落ち込みました。その後、2010年には若干水準を戻しましたが、2011年以降は微減しながらの推移となり、2012年は1兆1,448億円となっています。

図表2-42 工業の事業所数、従業者数の推移



出所：経済産業省「工業統計」（2000年～2012年）

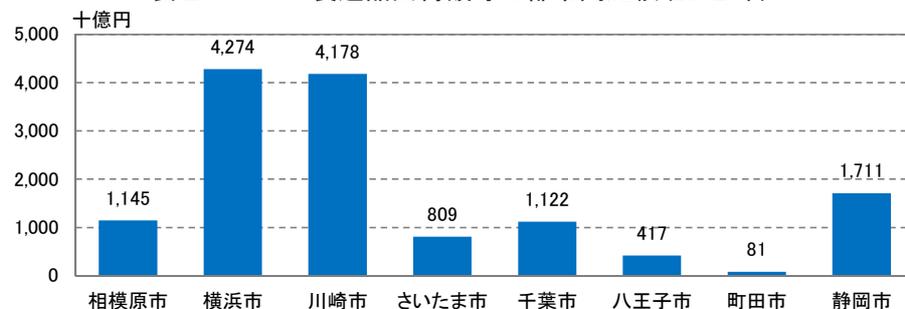
図表2-43 製造品出荷額等の推移



出所：経済産業省「工業統計」（2000年～2012年）

他の政令市や近隣市と製造品出荷額等を比較すると、本市は比較8都市の中で4番目に大きく、人口規模で本市を大きく上回る千葉市とほぼ並ぶ規模となっています。

表2-44 製造品出荷額等の都市間比較（2012年）



出所：経済産業省「工業統計」（2012年）

⁶² リーマンショック：米国の投資銀行リーマンブラザーズの経営破綻を引き金として発生した世界的な金融不安のことです。これにより、世界中で設備投資や個人消費等の需要が急減しました。

(2) 業種別増加率

2007～2012年における増加状況を事業所数、従業者数、製造品出荷額等のそれぞれについて見ると、事業所数は2割近く、従業者数は2割強、製造品出荷額等は3割近くの減少となっています。業種別では繊維工業や石油製品・石炭製品製造業など市内に元々事業所が少なかった業種を除いて見ると、従業者数では食品製造業、窯業・土石製造業など一部に増加業種が見られますが、事業所数、製造品出荷額等はほぼ全ての業種で横ばいあるいは減少しています。特に製造品出荷額等では繊維工業を除く全ての業種で減少しており、加工組立型の業種では5割以上減少した業種が見られます。ただし、電気機械系業種と輸送用機械器具製造業等に比べて、一般機械器具製造業や金属製品製造業は相対的に小さな減少幅にとどまっています。

図表2-45 事業所数、従業者数、製造品出荷額等の業種別増加率(2007年～2012年)

業種	事業所数(事業所)			従業者数(人)			製造品出荷額等(百万円)		
	2007年	2012年	増加率	2007年	2012年	増加率	2007年	2012年	増加率
製造業計	1,227	1,000	-18.5%	44,173	34,725	-21.4%	1,606,435	1,144,787	-28.7%
食品製造業	58	51	-12.1%	4,792	5,481	14.4%	73,730	56,231	-23.7%
飲料・たばこ・飼料製造業	4	2	-50.0%	184	16	-91.3%	31,175	X	X
繊維工業	23	25	8.7%	387	393	1.6%	4,397	5,892	34.0%
木材・木製品製造業(家具を除く)	5	8	60.0%	49	83	69.4%	1,657	945	-43.0%
家具・装備品製造業	21	11	-47.6%	226	76	-66.4%	5,026	839	-83.3%
パルプ・紙・紙加工品製造業	34	22	-35.3%	1,799	686	-61.9%	49,172	31,488	-36.0%
印刷・同関連産業	51	51	0.0%	1,182	1,023	-13.5%	59,183	56,556	-4.4%
化学工業	20	19	-5.0%	974	847	-13.0%	54,552	51,223	-6.1%
石油製品・石炭製品製造業	2	4	100.0%	19	41	115.8%	X	3,083	X
プラスチック製品製造業	101	72	-28.7%	2,769	1,887	-31.9%	61,611	35,879	-41.8%
ゴム製品製造業	11	10	-9.1%	242	212	-12.4%	9,268	8,011	-13.6%
なめし皮・同製品・毛皮製造業	2	1	-50.0%	8	6	-25.0%	X	X	X
窯業・土石製品製造業	39	34	-12.8%	2,006	2,055	2.4%	85,330	72,802	-14.7%
鉄鋼業	20	17	-15.0%	392	363	-7.4%	21,647	16,417	-24.2%
非鉄金属製造業	14	12	-14.3%	693	682	-1.6%	51,643	31,604	-38.8%
金属製品製造業	174	140	-19.5%	3,885	3,232	-16.8%	129,351	111,028	-14.2%
一般機械器具製造業	269	239	-11.2%	11,498	9,660	-16.0%	555,518	482,338	-13.2%
電子部品・デバイス製造業	83	67	-19.3%	2,701	1,840	-31.9%	45,087	31,441	-30.3%
電気機械器具製造業	112	89	-20.5%	3,023	2,832	-6.3%	79,917	53,685	-32.8%
情報通信機械器具製造業	40	30	-25.0%	1,490	558	-62.6%	16,818	7,436	-55.8%
輸送用機械器具製造業	67	52	-22.4%	3,545	1,730	-51.2%	227,671	71,645	-68.5%
その他の製造業	77	44	-42.9%	2,309	1,022	-55.7%	41,670	16,051	-61.5%

(注) X: 1又は2の事業所に関する数値で、そのまま掲げると個々の事業所の秘密が漏れるおそれがあるため秘匿した箇所
出所: 経済産業省「工業統計」(2007年・2012年)

4. 2 工業の業種別内訳

中分類業種別の内訳構成比を見ると、事業所数、従業者数、製造品出荷額等のいずれにおいても、構成比で最大を占めるのは一般機械器具製造業（はん用機械製造業＋生産用機械製造業＋業務用機械製造業）で、次いで金属製品製造業の順となっています。製造品出荷額等では一般機械器具製造業が全体の4割強を占めていますが、その中でも生産用機械製造業の割合が2割強を占め、各種工作機械や製造装置等の機械系の加工組立型製造業が集積していることが本市の特徴の一つとなっています。

図表 2-46 事業所数、従業者数、製造品出荷額等の業種別構成比(2012年)

	事業所数		従業者数		製造品出荷額等	
	実数 (事業所)	構成比	実数 (人)	構成比	実数 (百万円)	構成比
製造業計	1,000	100.0%	34,725	100.0%	1,144,787	100.0%
食品製造業	51	5.1%	5,481	15.8%	56,231	4.9%
飲料・たばこ・飼料製造業	2	0.2%	16	0.0%	X	X
繊維工業	25	2.5%	393	1.1%	5,892	0.5%
木材・木製品製造業(家具を除く)	8	0.8%	83	0.2%	945	0.1%
家具・装備品製造業	11	1.1%	76	0.2%	839	0.1%
パルプ・紙・紙加工品製造業	22	2.2%	686	2.0%	31,488	2.8%
印刷・同関連産業	51	5.1%	1,023	2.9%	56,556	4.9%
化学工業	19	1.9%	847	2.4%	51,223	4.5%
石油製品・石炭製品製造業	4	0.4%	41	0.1%	3,083	0.3%
プラスチック製品製造業	72	7.2%	1,887	5.4%	35,879	3.1%
ゴム製品製造業	10	1.0%	212	0.6%	8,011	0.7%
なめし皮・同製品・毛皮製造業	1	0.1%	6	0.0%	X	X
窯業・土石製品製造業	34	3.4%	2,055	5.9%	72,802	6.4%
鉄鋼業	17	1.7%	363	1.0%	16,417	1.4%
非鉄金属製造業	12	1.2%	682	2.0%	31,604	2.8%
金属製品製造業	140	14.0%	3,232	9.3%	111,028	9.7%
一般機械器具製造業	239	23.9%	9,660	27.8%	482,338	42.1%
電子部品・デバイス製造業	67	6.7%	1,840	5.3%	31,441	2.7%
電気機械器具製造業	89	8.9%	2,832	8.2%	53,685	4.7%
情報通信機械器具製造業	30	3.0%	558	1.6%	7,436	0.6%
輸送用機械器具製造業	52	5.2%	1,730	5.0%	71,645	6.3%
その他の製造業	44	4.4%	1,022	2.9%	16,051	1.4%

(注) X: 1 又は 2 の事業所に関する数値で、そのまま掲げると個々の事業所の秘密が漏れるおそれがあるため
秘匿した箇所

出所：経済産業省「工業統計」(2012年)

4. 3 本市工業の特徴

(1) 地区別の分布状況

本市において製造品出荷額等が上位の製造業中分類5業種（はん用機械、生産用機械、金属製品、窯業・土石、輸送用機械）について、行政区別の構成比を見ると、事業所数では輸送用機械を除く4業種で中央区の立地が最も多く、いずれも5割前後となっています。また、輸送用機械については、緑区の割合が48.1%と最も大きくなっています。

市内の製造品出荷額等のうち最大の割合を占めるはん用機械については、その従業者数の7割近くが中央区で従業しています。また、製造品出荷額等については、いずれの業種においても中央区に過半が集中しています。

1事業所当たりの従業者数を行政区別に比較すると、製造品出荷額等が最大のはん用機械では、中央区、南区では1事業所当たり約130人の規模であるのに対して、緑区では23.2人となり、区によって平均的な事業所の規模が大きく異なります。

図表 2-47 製造業主要業種の事業所数、従業者数、製造品出荷額等及び1事業所当たり従業者数の地区別比較(2012年)

【事業所数】						
	実数(事業所)			地区別構成比		
	緑区	中央区	南区	緑区	中央区	南区
はん用機械器具製造業	15	21	7	34.9%	48.8%	16.3%
生産用機械器具製造業	64	88	13	38.8%	53.3%	7.9%
金属製品製造業	50	76	14	35.7%	54.3%	10.0%
窯業・土石製品製造業	15	17	2	44.1%	50.0%	5.9%
輸送用機械器具製造業	25	22	5	48.1%	42.3%	9.6%

【従業者数】						
	実数(人)			地区別構成比		
	緑区	中央区	南区	緑区	中央区	南区
はん用機械器具製造業	348	2,773	915	8.6%	68.7%	22.7%
生産用機械器具製造業	1,595	2,722	373	34.0%	58.0%	8.0%
金属製品製造業	1,205	1,843	184	37.3%	57.0%	5.7%
窯業・土石製品製造業	495	757	803	24.1%	36.8%	39.1%
輸送用機械器具製造業	666	877	187	38.5%	50.7%	10.8%

【製造品出荷額等】						
	実数(百万円)			地区別構成比		
	緑区	中央区	南区	緑区	中央区	南区
はん用機械器具製造業	7,275	146,430	58,213	3.4%	69.1%	27.5%
生産用機械器具製造業	57,762	169,886	3,766	25.0%	73.4%	1.6%
金属製品製造業	42,620	66,014	2,395	38.4%	59.5%	2.2%
窯業・土石製品製造業	X	33,287	X	-	-	-
輸送用機械器具製造業	18,585	48,318	4,741	25.9%	67.4%	6.6%

【1事業所当たり従業者数】			
	実数(人/事業所)		
	緑区	中央区	南区
はん用機械器具製造業	23.2	132.0	130.7
生産用機械器具製造業	24.9	30.9	28.7
金属製品製造業	24.1	24.3	13.1
窯業・土石製品製造業	33.0	44.5	401.5
輸送用機械器具製造業	26.6	39.9	37.4

(注) X: 1又は2の事業所に関する数値で、そのまま掲げると個々の事業所の秘密が漏れるおそれがあるため秘匿した箇所
出所: 経済産業省「工業統計」(2012年)

(2) 業種別内訳の都市間比較

製造品出荷額等の業種別構成比を都市間で比較すると、本市では生産用機械、はん用機械、金属製品、窯業・土石に加えて、プラスチック製品、紙・パルプ等の素材系業種の割合が、他都市に比べて相対的に大きくなっています。本市では一般機械系業種と素材系業種の集積度が高いことが改めて確認できます。

図表 2-48 製造品出荷額等の業種別構成比の都市間比較(2012年)

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
食料品	4.9%	12.4%	5.9%	14.4%	25.3%	12.9%	3.5%	13.3%
飲料・たばこ・飼料	X	3.5%	0.1%	6.5%	X	0.6%	0.0%	3.4%
繊維	0.5%	0.2%	0.0%	0.6%	0.1%	1.0%	0.7%	0.1%
木材・木製品(家具を除く)	0.1%	0.2%	X	0.3%	1.0%	X	X	1.6%
家具・装備品	0.1%	0.2%	0.1%	0.5%	0.4%	0.4%	0.0%	0.8%
パルプ・紙・紙加工品	2.8%	1.5%	0.3%	2.5%	0.2%	1.2%	4.0%	2.0%
印刷・同関連業	4.9%	1.3%	0.7%	3.2%	1.0%	7.7%	1.3%	1.8%
化学	4.5%	1.9%	23.4%	24.4%	3.3%	11.0%	3.5%	12.2%
石油製品・石炭製品	0.3%	29.6%	33.3%	0.6%	X	X	X	0.2%
プラスチック製品	3.1%	1.7%	0.8%	3.9%	0.9%	3.5%	2.3%	2.0%
ゴム製品	0.7%	0.7%	X	0.4%	0.1%	0.0%	X	0.6%
なめし革・同製品・毛皮	X	0.0%	X	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
窯業・土石製品	6.4%	1.3%	0.8%	1.6%	1.3%	1.8%	X	1.0%
鉄鋼業	1.4%	1.6%	11.4%	1.6%	41.6%	X	X	1.4%
非鉄金属	2.8%	3.1%	0.1%	0.7%	1.6%	1.2%	1.6%	5.7%
金属製品	9.7%	4.0%	1.5%	7.8%	4.5%	2.0%	7.2%	4.2%
はん用機械器具	18.5%	7.2%	0.4%	2.5%	0.3%	1.1%	3.5%	6.1%
生産用機械器具	20.2%	4.4%	1.8%	2.8%	12.8%	12.9%	9.8%	3.2%
業務用機械器具	3.4%	1.9%	0.8%	11.8%	1.4%	6.2%	17.3%	0.2%
電子部品・デバイス・電子回路	2.7%	1.2%	0.9%	2.7%	0.5%	20.3%	8.5%	0.8%
電気機械器具	4.7%	2.5%	2.8%	1.2%	0.6%	7.7%	11.2%	32.7%
情報通信機械器具	0.6%	7.4%	2.6%	0.5%	1.2%	1.7%	20.5%	0.5%
輸送用機械器具	6.3%	11.5%	12.0%	7.2%	0.3%	4.7%	0.7%	4.0%
その他の製造業	1.4%	0.6%	0.2%	2.3%	0.9%	1.4%	3.7%	2.1%

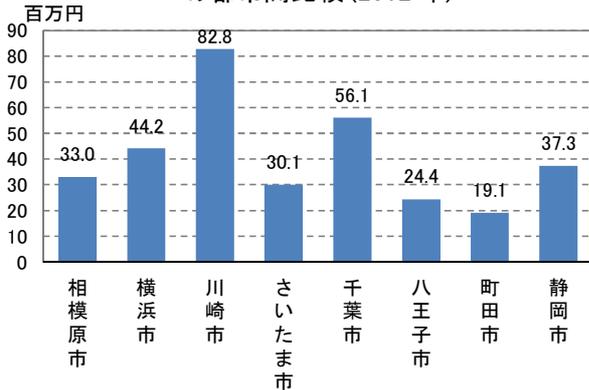
(注) 着色は本市の構成比が比較対象都市中上位3位以内の業種に施している。
出所: 経済産業省「工業統計」(2012年)

(3) 工業の生産性

工業生産性の指標として、直近の 2012 年における従業者 1 人当たりの製造品出荷額等及び粗付加価値額を見ると、本市ではそれぞれ 33.0 百万円、11.3 百万円となっています。

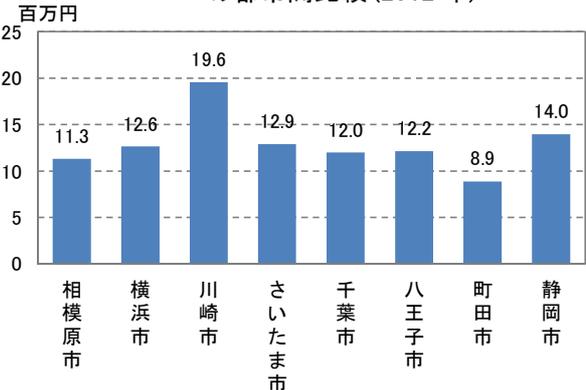
都市間で比較すると、1 人当たり製造品出荷額等については、静岡市に次いで比較 8 都市中 5 番目となっています。また、1 人当たり粗付加価値額では町田市に次いで比較 8 都市中 7 番目となっており、大都市の中で工業の生産性が高いとはいえない状況です。

図表 2-49 従業者 1 人当たり製造品出荷額等の都市間比較(2012 年)



出所：経済産業省「工業統計」(2012 年)

図表 2-50 従業者 1 人当たり粗付加価値額の都市間比較(2012 年)



出所：経済産業省「工業統計」(2012 年)

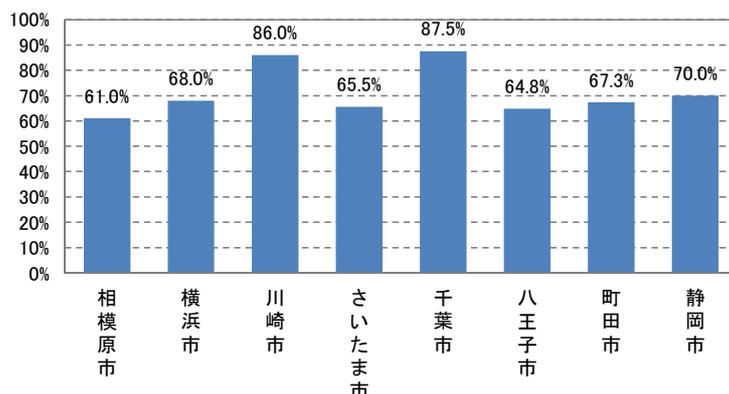
(4) 主要業種の集積度

製造品出荷額等が上位の 5 業種で市内工業全体のどの程度の割合を占めているか、都市間で比較したところ、本市は、61.0%となり、比較都市中では最も低い割合となっています。本市では、強みとする産業で集積の効果が働きにくいというデメリットがあることを示す反面、業種が分散されていることにより、何か経済的なリスク事象が起こったときに、市内工業への影響が分散されるメリットとして作用すると考えられます。

図表 2-51 市内主要業種が製造品出荷額等全体に占める構成比の都市間比較(2012 年)

		相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
実数 (百万円)	最上位業種製造品出荷額等	231,414	1,264,657	1,390,271	197,406	466,551	84,664	16,628	558,697
	上位3業種製造品出荷額等	554,360	2,286,496	2,870,618	408,944	893,745	192,530	39,716	996,246
	上位5業種製造品出荷額等	698,807	2,907,681	3,592,041	529,899	981,460	270,642	54,535	1,197,889
	製造品出荷額等計	1,144,787	4,273,633	4,178,410	808,610	1,121,745	417,478	81,018	1,711,073
構成比	最上位業種構成比	20.2%	29.6%	33.3%	24.4%	41.6%	20.3%	20.5%	32.7%
	上位3業種構成比	48.4%	53.5%	68.7%	50.6%	79.7%	46.1%	49.0%	58.2%
	上位5業種構成比	61.0%	68.0%	86.0%	65.5%	87.5%	64.8%	67.3%	70.0%

【上位 5 業種構成比】



出所：経済産業省「工業統計」(2012 年)

5 相模原市の商業・サービス業の現状

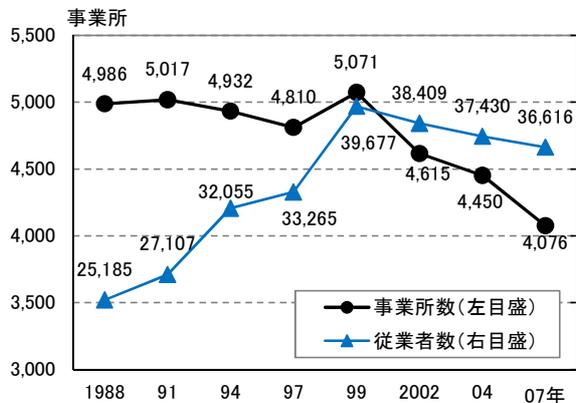
5.1 商業の現状

(1) 商業の推移

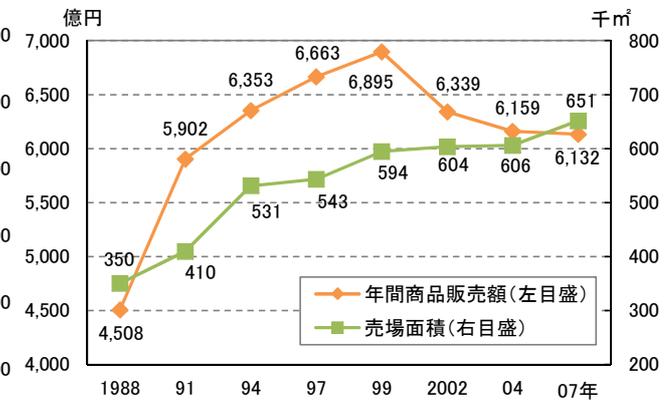
経済産業省「商業統計」から本市の小売業の推移を見ると、本市の2007年の小売業事業所数は4,076事業所、従業者数は36,616人、年間商品販売額は6,132億円となっています。その推移を見ると、事業所数、従業者数、年間商品販売額のいずれも1999年をピークに減少が続いています。2007年調査では事業所数は1999年比で19.6%減、従業者数は7.7%減、年間商品販売額は11.1%減となっています。

一方、売場面積は事業所数等とは対照的に増加が続いていることから、店舗の大型化が進んでいることがうかがえます。

図表2-52 市内小売業の事業所数、従業者数の推移



図表2-53 市内小売業の年間商品販売額、売場面積の推移

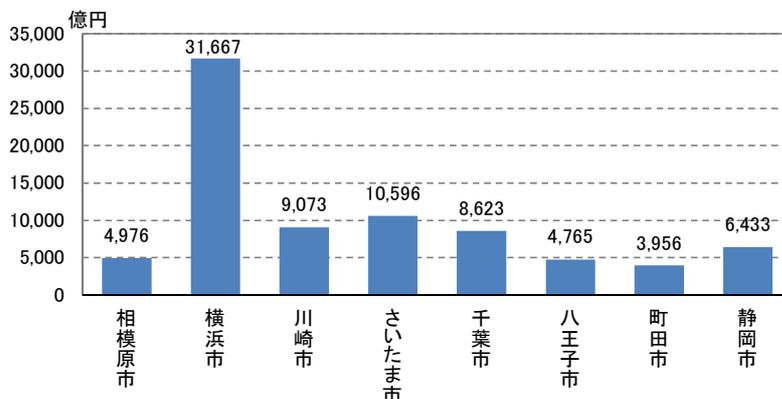


出所：経済産業省「商業統計」（1988～2007年）

出所：経済産業省「商業統計」（1988～2007年）

総務省「経済センサス活動調査」から2012年の年間商品販売額を他の政令市や近隣市と比較すると、その大小関係は各都市の人口規模の大小関係とおおむね合致しています。しかしながら、本市と同等の人口規模を持つ静岡市については、本市よりも販売額が大きく、周辺都市から購買力が流入しているものと見られます。

図表2-54 年間商品販売額の都市間比較(2012年)



出所：総務省「経済センサス活動調査」（2012年）

(2) 小売業の生産性

小売業の事業所当たり年間商品販売額を都市間で比較すると、本市は1.76億円／事業所で、比較8都市の中では7番目の大きさです。これは、静岡市を上回っていますが、首都圏の政令市や近隣市の中では最も低い水準となっています。

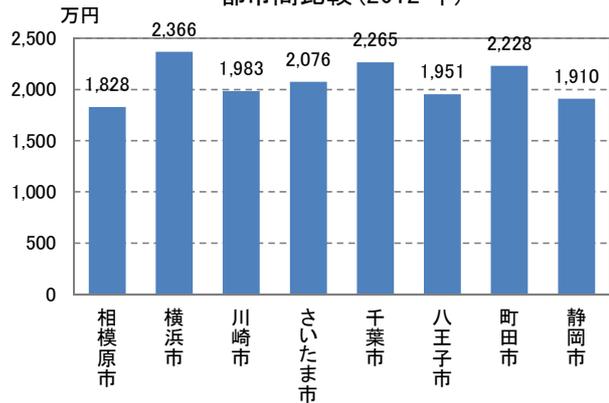
小売業の従業者当たり年間商品販売額を都市間で比較すると、本市は1,828万円／人で、比較8都市の中では最も低い水準にあります。本市の小売業を生産性の面から見ると、大都市の中では低い方に位置しており、相対的には効率が低いことが分かります。

図表2-55 事業所当たり年間商品販売額の都市間比較(2012年)



出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

図表2-56 従業者当たり年間商品販売額の都市間比較(2012年)



出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

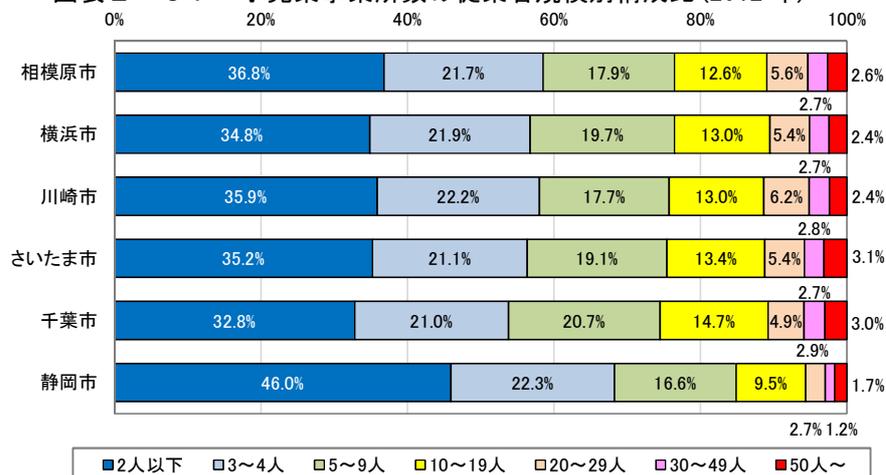
(3) 事業所の規模

小売業における事業所数の従業者規模別構成比を見ると、いずれの都市においても「2人以下」の割合が最も大きく、「3～4人」「5～9人」と続き、規模が大きくなるほど事業所の割合が小さくなる傾向があります。

本市では「2人以下」の割合が36.8%と静岡市を除く他都市よりも大きく、「2人以下」「3～4人」を合わせた4人以下の事業所の割合も58.5%と静岡市を除く他の都市よりも大きくなっています。

一方、「30～49人」「50人以上」を合わせた大規模な事業所の割合は5.3%で、これは静岡市を除く他都市に遜色ない水準であることから、大規模事業所の分布は他の大都市並みですが、小規模事業者の割合も大きく、その半面で中堅の事業者の層が薄いことが分かります。

図表2-57 小売業事業所数の従業者規模別構成比(2012年)



出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

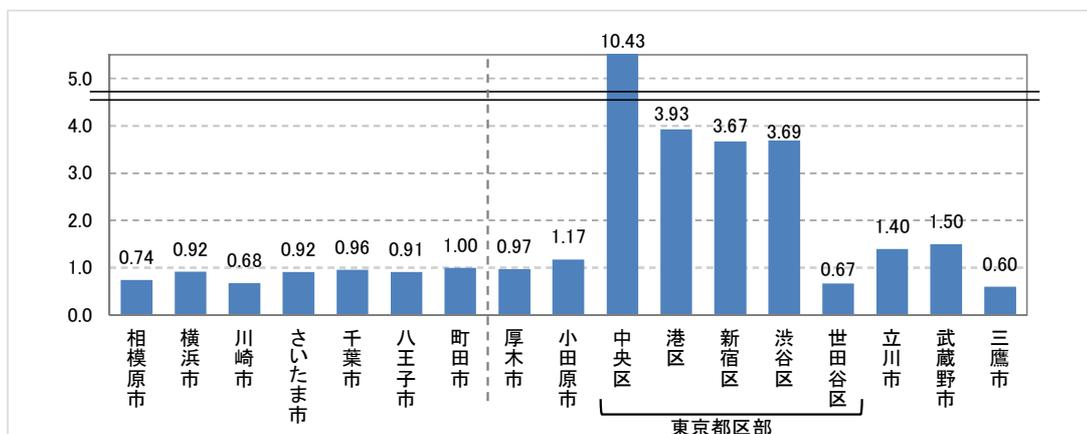
5. 2 購買力の流出入状況

(1) 小売吸引力指数

購買力の流出入の指標として小売吸引力指数を用いて、これまでの比較対象7都市(静岡市を除く)に加え、神奈川県内、東京都内の主要市区と比較すると、これまでの比較対象都市のうち小売吸引力指数が1に達しているのは町田市のみで、本市を含む6都市は1を下回り、購買力が流出していることがうかがえます。中でも本市は川崎市とともに同指数の水準が低く、購買力の流出が大きい様子を見てとることができます。

比較対象7都市以外の神奈川県内の主要市では、小田原市で同指数が1を超えています。東京都内では大規模な商業集積がある特別区のうち、中央、港、新宿、渋谷の4区でいずれも3を超える高い水準となっているほか、多摩地域では立川市、武蔵野市で1を超えており、購買力が市外から流入する地域となっていることが分かります。

図表 2-58 小売吸引力指数の都市間比較(2012年)



(注) 小売吸引力指数 = (各市の人口当たり年間商品販売額) / (1都3県の人口当たり年間商品販売額)
 1を上回ると域外から購買力が流入、1を下回ると域外へ購買力が流出していることを表す。
 静岡市は1都3県(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)外のため比較から除いた。

出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

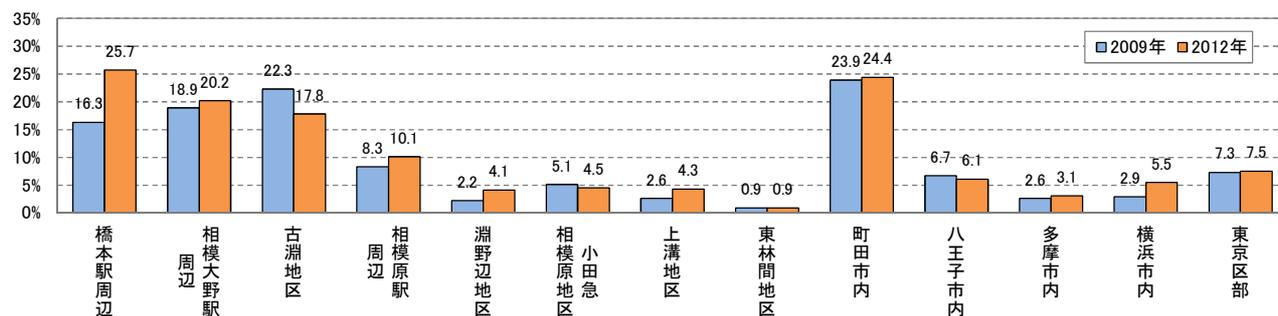
(2) 相模原市民の買い物場所

2012年度の相模原市商業実態調査から、市民が買回品を購入している場所の内訳を見ると、紳士用衣料品や婦人用衣料品を始めとした買回品の多くについて、市内では橋本駅周辺、相模大野駅周辺、古淵地区周辺の割合が大きくなっています。また、市外では町田市の割合が特に大きくなっています。

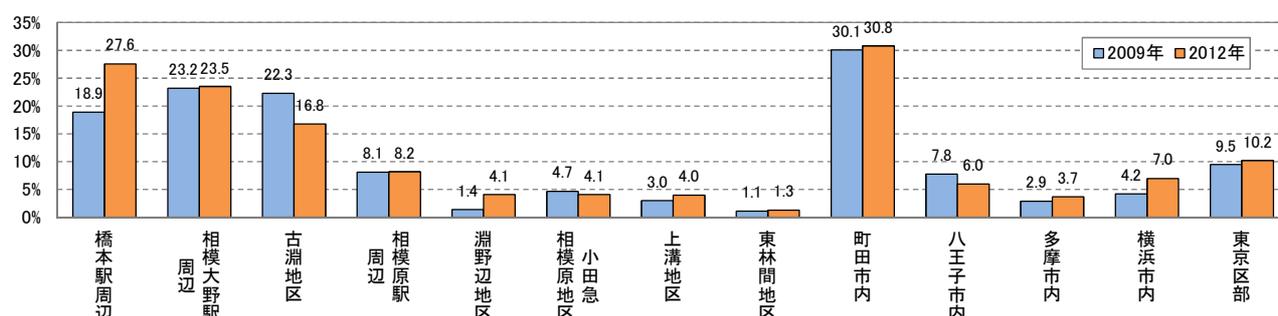
2009年度と2012年度の割合を比べると、ほとんどの買回品目について橋本駅周辺、相模大野駅周辺の利用率が上昇しています。また、市外のうち、町田市は、買回品の購入における相模原市民の利用率が安定して高い傾向にあります。

図表 2-59 相模原市民の買回品の購入場所(2009年度・2012年度)

【紳士用衣料品】



【婦人用衣料品】



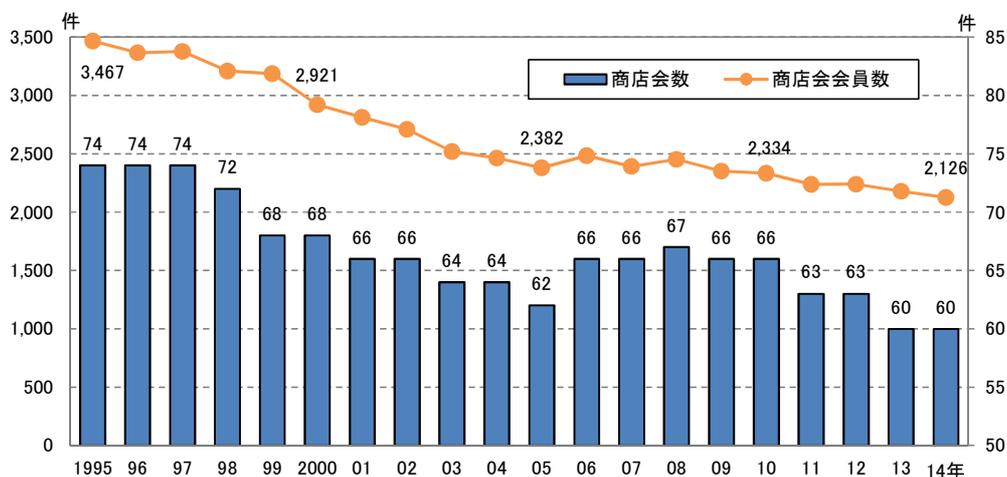
相模原市 「相模原市商業実態調査(2009年度・2012年度)」

5.3 市内商店街の動向

本市内の商店会数は1995年には74件でしたが、その後は次第に減少しています。2000年代後半は合併の影響などもあって一時的に増加したものの、2009年には再度減少基調に転じ、2014年は60件となっています。

商店会の会員数は1995年には3,467件でしたが、商店会数と同様に減少が続いています。合併時からしばらくは横ばいを維持したものの、2009年以降は再び減少となり、2014年の会員数は2,126件となりました。1995年から見ると会員数の減少率はほぼ4割(38.7%)に達し、後継者不足や業績不振等による商店街店舗の閉店が続いて、市内商店街の退潮が進んでいることがわかります。

図表 2-60 市内の商店会数・商店会会員数の推移



出所：相模原市商業観光課

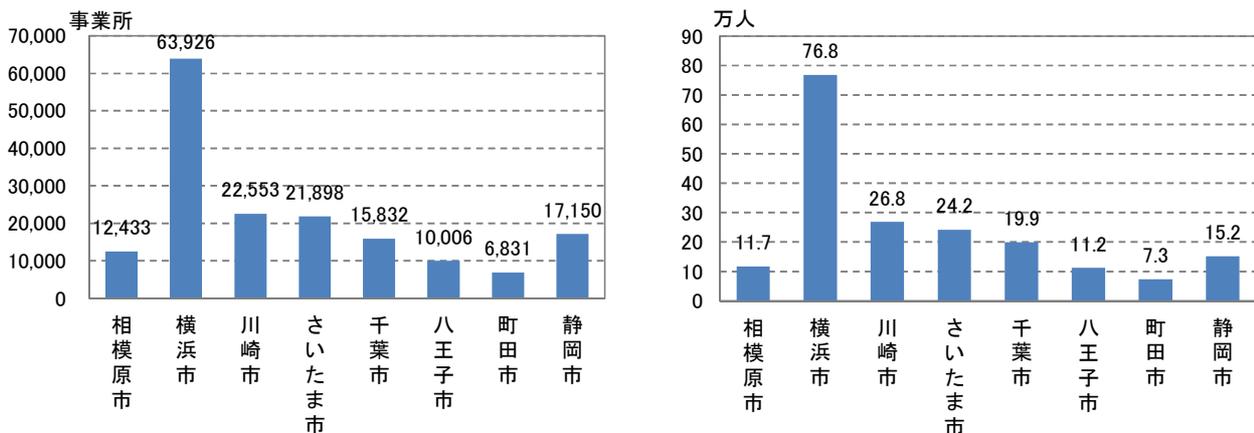
5. 4 サービス業の現状

(1) サービス業の規模

総務省「経済センサス活動調査」によると、2012年の本市のサービス業^(注)の事業所数は12,433事業所、従業者数は116,761人で、比較8都市の中では、事業所数、従業者数ともに6番目の規模となっています。本市のサービス業の従業者数は人口規模の小さな八王子市と同程度で、「情報通信業」や「学術研究、専門・技術サービス業」など、業種によっては本市が従業者数で下回る業種も見られます。

(注) ここでは、経済センサス活動調査の産業大分類業種「情報通信業」「不動産業、物品賃貸業」「学術研究、専門・技術サービス業」「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「教育、学習支援業」「医療、福祉」「複合サービス」「その他のサービス業」の9業種をまとめてサービス業としています。

図表2-61 サービス業の事業所数・従業者数(2012年)



出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

(2) 業種別の内訳

本市のサービス業の大分類業種別の内訳を見ると、事業所数では「宿泊業、飲食サービス業」が2,721事業所と最も多く、「不動産業、物品賃貸業」の2,241事業所、「生活関連サービス業、娯楽業」の2,129事業所と続きます。

「宿泊、飲食サービス業」が最も事業所数が多いこと、これに「不動産業、物品賃貸業」「生活関連サービス業、娯楽業」「医療、福祉」を加えた4業種が上位を占めることは本市を含めた比較8都市全体に共通した傾向です。

図表2-62 サービス業事業所数の業種別内訳(2012年)

(単位:事業所)

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
サービス産業計	12,433	63,926	22,553	21,898	15,832	10,006	6,831	17,150
情報通信業	241	2,106	691	544	394	279	195	407
不動産業、物品賃貸業	2,241	10,957	4,110	3,515	2,311	1,503	983	2,299
学術研究、専門・技術サービス業	1,036	5,978	1,634	1,873	1,379	823	651	1,548
宿泊業、飲食サービス業	2,721	14,405	5,851	4,834	3,556	2,375	1,500	4,255
生活関連サービス業、娯楽業	2,129	9,513	3,503	3,709	2,717	1,536	1,164	3,086
教育、学習支援業	1,040	4,103	1,274	1,697	1,014	708	602	1,005
医療、福祉	1,730	9,800	3,209	3,109	2,310	1,545	1,079	2,007
複合サービス業	91	413	147	136	123	64	36	168
サービス業(他に分類されないもの)	1,204	6,651	2,134	2,481	2,028	1,173	621	2,375

出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

従業者数では、「医療、福祉」が32,476人と最も多く、「宿泊業、飲食サービス業」の24,678人、「サービス業(他に分類されないもの)」の17,538人が続きます。これらの3業種が従業者数の上位となることも、本市を含む比較対象都市全体で概ね共通しています。

図表 2-63 サービス業従業者数の業種別内訳(2012年)

(単位:人)

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
サービス産業計	116,761	768,000	267,998	242,154	199,463	112,441	72,917	152,174
情報通信業	2,516	62,059	32,983	11,356	11,897	4,179	2,304	8,869
不動産業, 物品賃貸業	7,994	50,485	15,909	16,262	11,296	5,298	5,744	8,162
学術研究, 専門・技術サービス業	6,815	60,393	29,577	13,960	14,330	7,177	3,024	9,479
宿泊業, 飲食サービス業	24,678	143,869	50,268	48,242	37,967	22,184	17,104	30,637
生活関連サービス業, 娯楽業	13,117	65,280	24,093	23,685	17,455	9,494	6,940	13,786
教育, 学習支援業	10,291	55,219	17,464	18,785	16,173	14,342	10,140	10,717
医療, 福祉	32,476	181,493	52,835	47,360	40,888	32,718	19,122	32,259
複合サービス事業	1,336	5,437	2,101	2,054	1,104	604	379	1,802
サービス業(他に分類されないもの)	17,538	143,765	42,768	60,450	48,353	16,445	8,160	36,463

出所: 総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

5.5 本市内サービス業の特徴

(1) 産業大分類で見た集積度

産業の集積度の指標である特化係数を用いて、本市のサービス業の特徴を見ていくと、事業所数では「不動産業、物品賃貸業」「生活関連サービス業、娯楽業」「教育、学習支援業」の特化係数が大きく、集積度が高いことが分かります。

また、従業者数では「不動産業、物品賃貸業」「生活関連サービス業、娯楽業」「医療、福祉」「教育、学習支援業」の特化係数が大きくなっています。このように、本市では、事業所数、従業者数のいずれにおいても個人向けや生活に関連するサービスを提供する業種の集積度が高くなっています。

一方、「情報通信業」「サービス業(他に分類されないもの)」は、事業所数、従業者数ともに集積度が低くなっています。また、「学術研究、専門・技術サービス業」は、事業所数では特化係数が1を超えているものの、従業者数では他都市に比べて集積度が低くなっています。このように、事業所に向けてサービスを提供する業種の集積度が低くなっています。

図表 2-64 サービス業大分類業種の特化係数(2012年)

【事業所数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
情報通信業	0.80	1.36	1.26	1.02	1.03	1.15	1.18	0.98
不動産業, 物品賃貸業	1.31	1.25	1.33	1.17	1.06	1.10	1.05	0.98
学術研究, 専門・技術サービス業	1.05	1.18	0.91	1.08	1.10	1.04	1.20	1.14
宿泊業, 飲食サービス業	0.85	0.88	1.01	0.86	0.87	0.92	0.85	0.97
生活関連サービス業, 娯楽業	0.99	0.86	0.89	0.98	0.99	0.88	0.98	1.04
教育, 学習支援業	1.44	1.10	0.97	1.33	1.10	1.21	1.51	1.01
医療, 福祉	1.07	1.18	1.10	1.09	1.13	1.19	1.22	0.90
複合サービス事業	0.61	0.54	0.54	0.52	0.64	0.53	0.44	0.81
サービス業(他に分類されないもの)	0.75	0.81	0.74	0.88	1.00	0.91	0.71	1.08

【従業者数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
情報通信業	0.34	1.27	1.93	0.73	0.93	0.58	0.50	0.91
不動産業, 物品賃貸業	1.18	1.14	1.03	1.16	0.98	0.82	1.36	0.93
学術研究, 専門・技術サービス業	0.89	1.21	1.69	0.88	1.10	0.98	0.64	0.95
宿泊業, 飲食サービス業	0.99	0.88	0.88	0.94	0.90	0.93	1.10	0.95
生活関連サービス業, 娯楽業	1.13	0.85	0.90	0.98	0.88	0.85	0.95	0.91
教育, 学習支援業	1.31	1.06	0.97	1.15	1.20	1.89	2.06	1.04
医療, 福祉	1.15	0.98	0.81	0.81	0.85	1.20	1.08	0.87
複合サービス事業	0.85	0.53	0.58	0.63	0.41	0.40	0.39	0.88
サービス業(他に分類されないもの)	0.85	1.06	0.90	1.41	1.37	0.82	0.63	1.35

(注1) 特化係数=当該地域の全産業に占める各産業の割合÷全国全産業に占める各産業の割合。

特化係数が1を超える産業は、当該産業が地域に占めるシェアが全国におけるシェアよりも大きく、特化していることを表す。

(注2) 着色は特化係数が1.35を超える業種、赤太線囲みは本市が比較都市中上位2位以内の業種に施している。

出所: 総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

このうち、「情報通信業」では、他都市に比べて事業所数、従業者数ともに「通信業」「放送業」「インターネット附随サービス業」「映像・音声・文字情報制作業」といった、メディア・コンテンツ系の業種の集積度が低くなっています。また、従業者数では「情報サービス業」の集積度も低くなっています。

図表 2-65 情報通信業の業種別特化係数(2012年)

【事業所数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
通信業	0.47	0.93	0.84	1.31	1.42	0.93	0.68	1.09
放送業	0.52	0.63	0.52	1.26	1.16	0.49	1.01	0.99
情報サービス業	1.10	1.96	1.81	1.22	1.24	1.56	1.60	0.91
ソフトウェア業	1.18	2.13	1.86	1.18	1.09	1.56	1.70	0.87
情報処理・提供サービス業	0.83	1.49	1.68	1.32	1.65	1.59	1.32	1.04
インターネット附随サービス業	0.89	1.57	1.66	0.83	0.82	1.04	1.23	0.97
映像・音声・文字情報制作業	0.48	0.88	0.77	0.79	0.79	0.81	1.05	0.81

【従業者数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
通信業	0.49	0.44	0.29	1.51	0.62	0.29	0.57	1.17
放送業	0.34	0.43	0.38	0.73	0.64	0.30	0.19	2.27
情報サービス業	0.39	2.07	3.18	0.75	1.19	0.89	0.73	0.75
ソフトウェア業	0.37	2.41	3.47	0.63	0.92	0.79	0.49	0.72
情報処理・提供サービス業	0.47	1.05	2.34	1.15	2.03	1.21	1.45	0.86
インターネット附随サービス業	0.13	0.62	1.12	0.29	1.94	0.25	0.12	0.29
映像・音声・文字情報制作業	0.13	0.41	0.26	0.59	0.66	0.28	0.46	0.94

出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

(2) 産業小分類で見た集積度

サービス産業9業種に属する小分類業種について、事業所数の特化係数を都市間で比較し、本市において特化係数が大きな業種を選び出すと、「駐車場業」などの不動産系の業種、個人向けサービスである「スポーツ施設提供業」「教養・技能教授業」などの業種が抽出されました。また、医療・福祉の分野では「療術業」「障害者福祉事業」が抽出されています。本市のサービス業では、個人を対象とする、若しくは事業所と個人の両方を対象とする業種の構成比が大きいことがうかがえます。

一方、事業所向けのサービス業は「機械設計業」「産業用機械器具賃貸業」「産業廃棄物処理業」の3業種が抽出されるにとどまりました。ただし、これらの業種の特化係数が大きいことは、本市の工業において集積度の高い機械系の加工組立型業種を支えるためのサービスが充実していることを表していると見られます。

従業者数について、本市の特化係数が大きい業種を見ると、不動産系業種のほか、「その他の飲食店」などの飲食店、「洗濯業」などの生活関連、「スポーツ施設提供業」などの娯楽業、「病院」等の医療系のサービスが選出されます。傾向としては、個人向けサービスの業種が多く、事業所向けサービスが少ないことが挙げられます。

また、飲食や生活関連サービス、医療系の業種など事業所数の特化係数では見られなかった業種では、大きめの事業所への従業者の集約化が進んでいることがうかがえます。

抽出された業種の中で数少ない事業所向けのサービスの業種を見ると「機械設計業」「商品・非破壊検査業」など製造業をサポートする業種となっており、機械系の加工組立型製造業が集積する本市の特徴が現れています。

図表 2-66 サービス業小分類業種の特化係数(2012年)

【事業所数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
対個人・対事業所								
建物売買業、土地売買業	1.75	1.42	1.04	1.45	1.32	1.26	1.32	0.88
駐車場業	1.14	0.67	0.84	0.89	0.79	0.96	0.74	1.36
対個人								
貸家業、貸間業	1.39	1.19	1.36	0.90	0.92	0.91	0.83	0.89
獣医学	1.77	1.36	1.46	1.22	1.24	1.52	2.13	0.97
スポーツ施設提供業	1.26	0.86	1.03	1.22	1.11	1.11	1.26	0.86
教養・技能教授業	1.65	1.02	0.89	1.28	0.94	1.24	1.48	1.01
療術業	1.22	0.98	0.98	1.12	0.99	1.03	1.17	0.97
障害者福祉事業	1.85	1.43	1.03	0.84	0.64	1.93	1.25	0.85
対事業所								
産業用機械器具賃貸業	1.13	0.93	1.00	1.03	1.69	1.05	0.83	0.91
機械設計業	2.56	2.19	1.87	0.91	0.78	1.81	2.02	1.12
産業廃棄物処理業	1.80	1.08	1.32	1.12	1.03	1.09	0.33	1.23

【従業者数】

	相模原市	横浜市	川崎市	さいたま市	千葉市	八王子市	町田市	静岡市
対個人・対事業所								
建物売買業、土地売買業	1.19	1.21	0.88	0.94	0.97	0.66	0.80	0.83
対個人								
貸家業、貸間業	1.18	1.02	1.10	0.88	0.73	0.75	0.85	0.90
飲食店 管理、補助的経済活動を行う事業所	3.98	0.30	0.34	0.62	0.29	0.44	0.34	0.20
食堂、レストラン(専門料理店を除く)	1.11	0.86	0.97	0.91	0.88	1.30	0.88	0.95
その他の飲食店	1.34	1.11	1.22	1.04	1.27	0.89	1.35	0.76
配達飲食サービス業	1.31	0.95	1.01	1.36	1.15	0.98	1.07	1.25
洗濯業	1.94	0.97	0.88	0.92	1.01	0.90	1.19	0.88
理容業	1.07	0.61	0.65	0.81	0.72	0.72	0.67	1.07
スポーツ施設提供業	1.25	0.86	0.98	0.78	1.11	0.91	0.69	0.70
遊戯場	1.32	0.83	0.84	0.87	0.96	0.92	0.64	0.93
その他の娯楽業	1.10	1.07	0.87	0.95	0.65	1.08	1.13	0.93
幼稚園	1.70	1.43	1.36	1.48	1.37	1.15	2.09	1.06
病院	1.38	0.75	0.73	0.57	0.75	1.28	0.69	0.70
一般診療所	1.05	0.99	0.89	1.03	0.93	0.86	1.05	0.85
歯科診療所	1.25	1.03	1.02	1.13	0.95	1.04	1.24	0.82
療術業	1.26	0.94	0.85	0.99	0.79	0.82	1.10	0.91
障害者福祉事業	1.68	0.92	0.72	0.55	0.51	1.79	1.49	0.73
対事業所								
その他の物品賃貸業	2.82	0.95	1.02	1.03	1.20	0.63	1.29	1.03
機械設計業	2.11	1.87	7.49	0.41	0.69	0.50	1.08	0.93
商品・非破壊検査業	2.33	2.14	2.22	0.99	1.04	0.67	0.46	0.50
農林水産業協同組合(他に分類されないもの)	1.06	0.29	0.62	0.18	0.16	0.00	0.00	0.98
産業廃棄物処理業	1.85	0.98	1.32	0.84	0.87	1.06	0.28	1.06

(注1) サービス業の小分類業種のうち本市において特化係数が高い業種のみを記載した。

(注2) 網掛けは都市間比較で上位2位以内の業種に施している。

(注3) サービス産業9業種に属する小分類業種のうち、相模原市において事業所数では50以上、従業者数では500人以上である業種を対象としている。

(注4) 対個人、対事業所の区分は、経済産業省「経済産業省「特定サービス業実態調査」「第3次産業活動指数」における対個人サービス、対事業所サービスの業種区分を基に、サービス産業9業種に属する小分類業種のカテゴリを実施した。

出所：総務省「経済センサス活動調査」(2012年)

6 相模原市の産業の課題

これまでの本市産業の現状把握や分析等を踏まえ、本市産業の課題を次のように整理しました。

6. 1 産業全体の課題

(1) 昼夜間人口比率の低さ

本市は大都市の中でも昼夜間人口比率が低く、通勤・通学における市外への昼間人口流出が大きくなっていることが、業務機能や商業機能の集積しにくい一因となっています。主な昼間人口の流出先は県内の都心部である横浜市や新宿区・渋谷区を含む東京都心部などで、既に首都圏で人的な交流の中心となっている地域に昼間人口が吸引されています。このことから、本市が広域交流拠点都市としての機能を高め、首都圏南西部の交流の中心となることこそが、昼間人口流出の抑制につながると考えられます。

(2) 将来的な労働力不足

本市は、現状では高齢化率が相対的に低い状況にありますが、少子高齢化が進行し、生産年齢人口が減少していく中で、労働力率が継続的に低下しており、将来的な産業の担い手の不足が懸念されます。そのため、働く意欲を持つ高齢者や労働市場から退出した女性を呼び戻す方策が求められています。

市内企業に対して実施したアンケート調査結果においても、人材確保・育成支援に対するニーズが高く、人材確保・育成を継続的に支援していくことによって、将来的な労働力不足へ備える必要があります。

(3) 業務機能の集積度が低い産業構造

本市では、製造業、特に工作機械といった生産用機械などの一般機械系の業種の集積度が相対的に高いとともに、不動産業や教育・学習支援業、生活関連サービスなどの個人向けにサービスを提供する業種の充実が見られ、他都市にはない特徴となっています。

その反面で、金融業や、情報通信業などの事業所向けサービス業、製造業等における本社機能などの業務機能の集積度が現状では低いため、その集積促進に取り組んでいくことが、市内産業の安定化・多様化や雇用創出の面からは望ましいといえます。また、それにより本市で従業する働き手が増加することで、市内の経済循環の促進にもつながることが期待されます。

6. 2 工業の課題

(1) 大都市部の中では高いといえない生産性

一般に、大都市部に立地する工業の事業所は平均的な規模が大きく、生産性が高い傾向が見られますが、本市では従業者1人当たりで見た製造品出荷額等は比較8都市中で5番目、粗付加価値額では7番目に位置しており、高い技術力を持つにもかかわらず生産性の面からは相対的に高いといえない水準となっています。

本市の特徴である製造業の産業競争力を維持・向上するためには、市内で持続的に事業が行えるよう、工業用地の創出、工場跡地の利用促進、人材育成・生産性向上支援等、ハード・ソフト両面の事

業環境づくりを図るとともに、研究開発の促進による新たな価値の創造、ロボットなどの成長分野への進出などによる、付加価値の高い製品群の生産に取り組んでいく必要があります。

また、市内企業の設備・施設の老朽化が課題となっており、市内企業の生産性向上に資する設備投資を促していく必要があります。

(2) 上位業種の集積度が低いことによるデメリット

各都市によって強みを持つ工業の業種はそれぞれ異なりますが、都市ごとに製造品出荷額等が上位を占める業種を抽出して、その集積度を比較すると、本市は当該集積度が相対的に低くなっています。このことは、本市においては、強みとなり得る業種において集積の効果が働きにくく、他都市と比較してデメリットとして働く可能性があります。

6. 3 商業・サービス業の課題

(1) 通勤・通学人口や購買力の市外流出と受け皿の不足

本市は、昼夜間人口比率が低いことに加え、小売吸引力指数の水準（1未満）から購買力の市外流出がうかがえ、70万規模の人口集積が市内経済の活発化に結びつきにくい構図となっています。

流出する通勤・通学者を呼び戻す受け皿としての機能も不足しており、求心力のある市内の核となる地域を形成し、昼間人口や購買力の流出防止・市内還流を促していくことが課題となっています。

(2) 効率性の面で比較劣位にある市内商業

市内商業における大規模店舗の割合は低くないものの、中間的な規模の商店の層が薄く、小規模店舗の割合が大きくなっており、二極化の様相を呈しています。商店当たりの面積は小さくないにもかかわらず、売場の効率が劣位にあるのはこのためと考えられます。

数多くの小規模事業者が事業を営めること自体は歓迎すべきですが、低効率の売場の改善がなかった場合、小規模店舗の経営基盤の弱体化を招き、将来的には市内商業の空洞化につながるおそれがあります。

(3) 一層の退潮が懸念される商店街と買い物弱者の将来的な増加

市内商業は、経営不振や後継者不足等による閉店で商店数の減少が続き、一部の商店街を除き、退潮傾向にあります。「閉店→店舗の多様性・全体の利便性の低下→魅力・活力の低下→客足の減少→経営不振による閉店」という負の循環が続いています。

また、今後、高齢化の進行が見込まれますが、それに伴い運転ができない人が増加することも予想され、日常の物品調達に支障を来す買い物弱者の増加が懸念されます。

(4) 小規模事業者が多く、事業所向け業種の集積の厚みに欠ける市内サービス業

本市のサービス業は、小規模な事業者が多く、概して小規模な事業者の経営基盤は強くないことから、経済的なリスクイベント⁶³が発生した場合に抵抗力が不足することが予想されます。市内産業全体

⁶³ リスクイベント：経済活動を低下させる事象のことです。近年の事例としてはリーマンショック（脚注62）や東日本大震災等があります。

の足腰を強めるためには、既存の製造業集積を維持しつつ、サービス事業者の経営基盤をより強化する必要があります。

業種別に見ると、市内で集積度の高いサービス業種は医療、福祉、教育、生活関連サービス等の個人向けサービスに属するものが主で、情報通信業等の事業所向けのサービス業の集積は厚みに欠けています。地域経済の発展と市内産業の更なる振興の観点からは多様な業種の集積が必要であり、事業所向けサービスの集積を促進することが求められます。

(5) 豊かな自然等の地域資源の活用が不十分

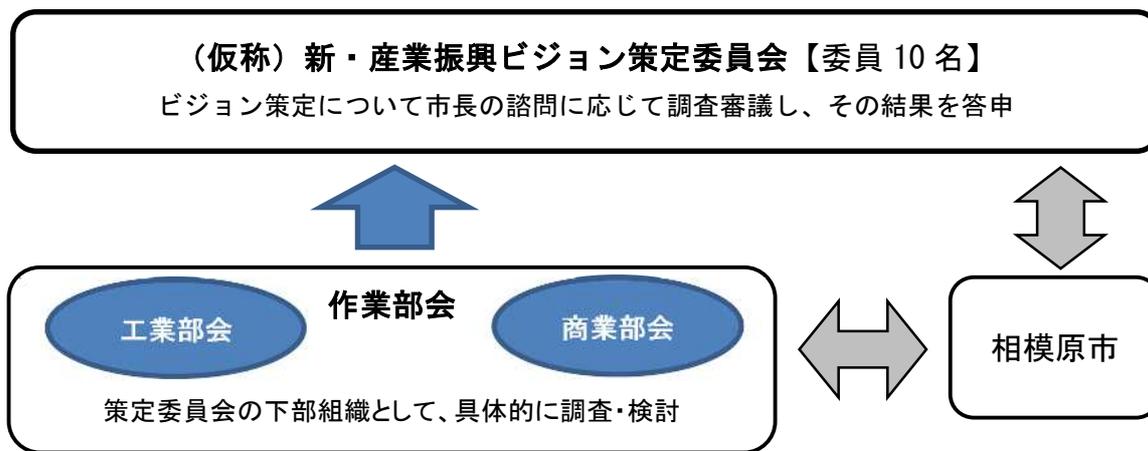
本市は、旧相模原市と旧津久井4町との合併により、まち・自然・文化等の多様な地域資源を有する都市となりましたが、これらの地域資源の活用は十分ではなく、市内産業振興に上手に生かされているとはいえません。今後は、豊かな自然や歴史、文化などの地域資源の発掘や磨き上げとともに、こうした資源を活用し、商業・サービス業との結び付けを図るなど、相模原独自の取組が必要となります。

III 参考資料

1 ビジョンの策定体制

本ビジョンの策定に当たっては、本市産業の現状把握・分析等の調査結果や庁内の意見調整等に基づく原案を基に、有識者10名で構成する（仮称）新・産業振興ビジョン策定委員会、策定委員会の作業部会である工業部会や商業部会において、市長の諮問に応じた調査審議が行われました。約1年間の調査審議の後に、答申を受け、庁内調整、パブリックコメント等を経てビジョンとして取りまとめたものです。

【策定体制】



【（仮称）新・産業振興ビジョン策定委員会委員名簿】

学識経験者	◎飯島 泰裕	青山学院大学社会情報学部 教授
	○佐藤 知正	東京大学 名誉教授
産業支援機関推薦	杉岡 芳樹	相模原商工会議所 会頭
	奈良 哲弥	津久井商工会商業部会長
	上野 賢美	(株) 共立 代表取締役
	若生 ひとみ	ルビーデザイン 代表
市商店連合会推薦	浦上 裕史	(一社) 相模原市商店連合会代表理事
金融機関	渡邊 博樹	(株) 日本政策金融公庫厚木支店長
市民公募	上山 雅子	公募委員
	冨住 悦子	公募委員

※◎は委員長、○は副委員長。委員長は商業部会長、副委員長は工業部会長を兼任。

【工業部会委員名簿】

◎佐藤 知正	東京大学 名誉教授
杉本 祥一	株式会社ハイスポット 代表取締役
小林 昌純	株式会社コバヤシ精密工業 代表取締役
渡邊 将文	株式会社MEMOテクノス 代表取締役
産業支援機関	相模原商工会議所
	公益財団法人 相模原市産業振興財団
	株式会社さがみはら産業創造センター
相模原市	雇用政策課
	農政課
	津久井地域経済課
	環境政策課
	都市計画課
	リニア駅周辺まちづくり課
	相模原駅周辺まちづくり課
	都市整備課
	麻溝台・新磯野地区整備事務所
	当麻地区拠点整備事務所

◎は部会長

【商業部会委員名簿】

◎飯島 泰裕	青山学院大学社会情報学部 教授
岡本 青子(平成 26 年度)	伊勢丹相模原店 売出計画マネージャー
仁田 正俊(平成 27 年度)	伊勢丹相模原店 営業計画マネージャー
浦上 裕史	(一社) 相模原市商店連合会代表理事
萩生田 康治	(株) つるや呉服店
渡邊 博樹	(株) 日本政策金融公庫厚木支店 支店長
産業支援機関	相模原商工会議所
相模原市	シティセールス・親善交流課
	さがみはら都市みらい研究所
	雇用政策課
	農政課
	都市計画課
	リニア駅周辺まちづくり課
	相模原駅周辺まちづくり課
	都市整備課

◎は部会長

2 委員会等開催経過

開催年	開催月日	開催会合名	主要議題
2014年	9月11日	第1回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> 相模原市産業の現状と課題 アンケート・ヒアリング調査の実施方針
	11月4日	第1回工業部会	<ul style="list-style-type: none"> 相模原市工業の現状と課題 産業支援施策の実施状況
	11月20日	第1回商業部会	<ul style="list-style-type: none"> 相模原市商業・サービス業の現状と課題 アンケート・ヒアリング調査 中間結果
	12月2日	第2回工業部会	<ul style="list-style-type: none"> アンケート・ヒアリング調査結果 相模原市工業の現状と課題（追加） 目指す産業像、産業振興の方向性（工業）
	12月18日	第2回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> 相模原市産業の現状と課題（追加） アンケート・ヒアリング調査結果 目指す産業像、相模原市産業振興の方向性、基本的考え方
2015年	1月16日	第2回商業部会	<ul style="list-style-type: none"> 相模原市商業・サービス業の現状と課題（追加） アンケート・ヒアリング調査結果 目指す産業像、産業振興の方向性、基本的考え方（商業・サービス業）
	1月22日	第3回工業部会	<ul style="list-style-type: none"> 目指す産業像 産業振興ビジョンの体系 産業振興の方向性、基本的考え方（工業）
	1月28日	第3回商業部会	<ul style="list-style-type: none"> 目指す産業像 産業振興ビジョンの体系 産業振興の方向性、基本的考え方（商業・サービス業）
	2月10日	第3回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> （仮称）新・産業振興ビジョン検討 中間案とりまとめ
	5月28日	第4回工業・商業部会	<ul style="list-style-type: none"> （仮称）新・産業振興ビジョン検討報告書（案）
	6月18日	第4回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> （仮称）新・産業振興ビジョン検討報告書（案）
	7月30日	第5回工業・商業部会	<ul style="list-style-type: none"> （仮称）新・産業振興ビジョン検討報告書（案） （仮称）新・産業振興ビジョン検討報告書概要版（案）
	8月20日	第5回策定委員会	<ul style="list-style-type: none"> （仮称）新・産業振興ビジョン検討報告書（案） （仮称）新・産業振興ビジョン検討報告書概要版（案） ビジョン名称

3 市内外の事業者、団体への調査結果

3.1 アンケート調査の概要

さがみはら産業振興ビジョン 2025 の策定に当たり、市内外の事業者等を対象に、市内経済・産業の現状や課題、各主体による本市の事業環境やポテンシャルに対する評価、本市に対する施策ニーズ等について把握するために、アンケート調査を実施しました。アンケートの送付数及び回収状況は次のとおりです。

図表1 アンケート調査の概要

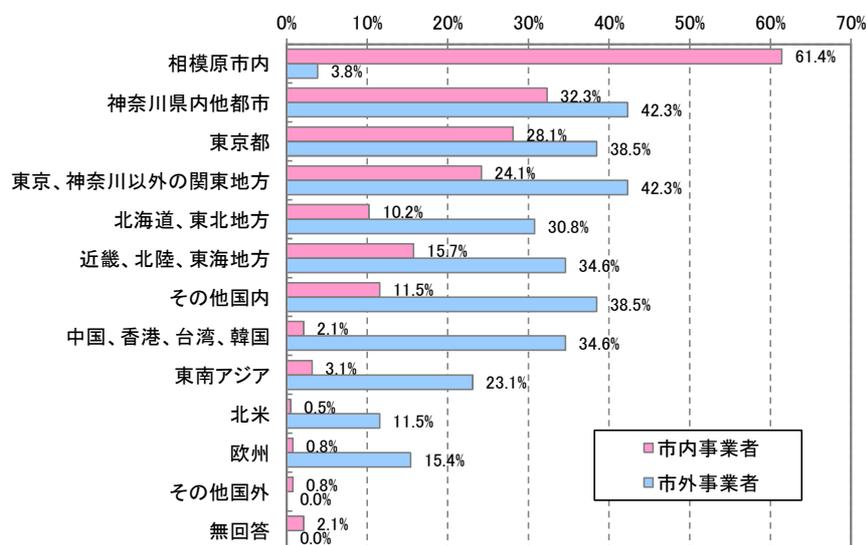
	市内事業者向けアンケート	市外事業者向けアンケート
送付枚数	2,300 通	700 通
宛先不明枚数	56 通	0 通
調査母数	2,244 通	700 通
回収数	588 通	38 通
回収率	25.6%	5.4%

3.2 アンケート調査結果

(1) 設備投資場所の選定理由

過去5年間に設備投資を行った事業者は、市内、市外事業者ともに6割以上に達しています。設備投資を行った場所として、市内事業者は6割以上が「相模原市内」、市外事業所は「本市以外の神奈川県内」「東京、神奈川以外の関東地方」が同等の割合で4割超となっています。

図表2 過去5年間に設備投資を行った場所

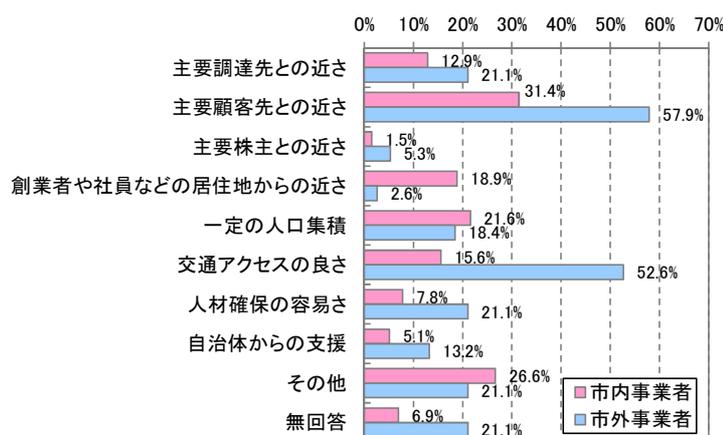


設備投資を行った事業者が設備投資場所を選定した理由を見ると、市内企業は顧客先との近さや人口集積を理由に設備投資場所を選択し、市外企業も顧客先や交通アクセスを重視して投資先を選定していることが分かります。特に市内企業の商業・サービス業の事業所では人口集積を見込んで東京都に設備投資を行っていました。

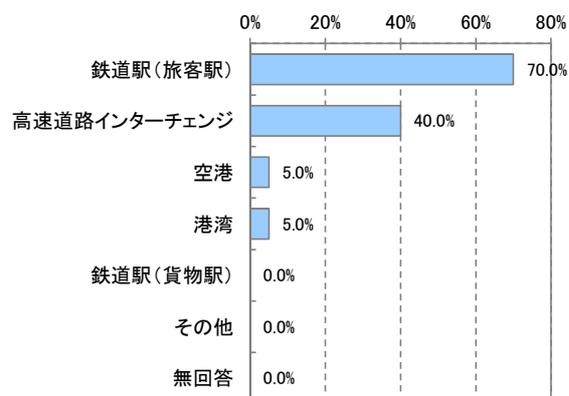
また、「その他」の内容としては、市内、市外ともに、「既存敷地の拡張」という意見が多く見られます。

市外事業者では交通アクセスにおける重視する点としては、鉄道駅（旅客駅）という回答が70.0%と最も高くなっています。

図表3 設備投資場所の選定理由



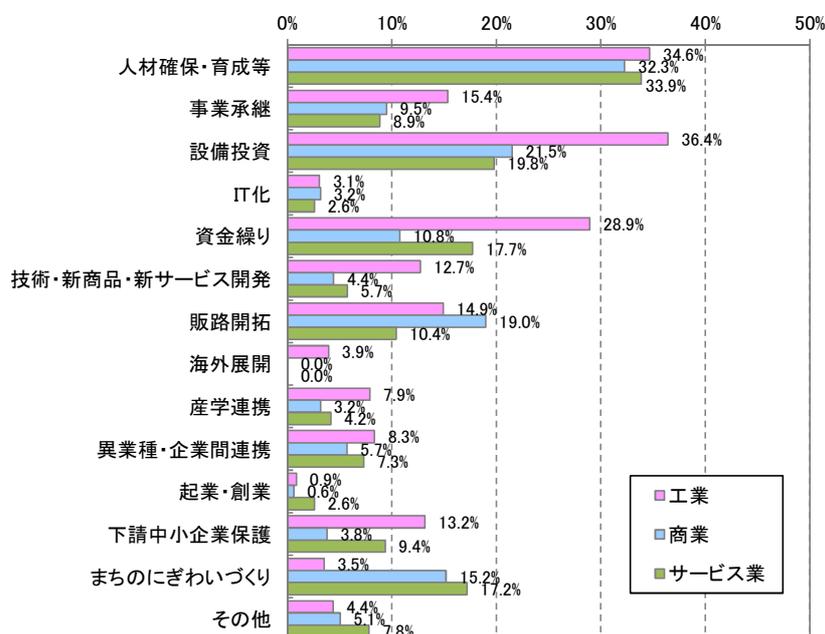
図表4 市外事業者の重視する交通アクセスの内訳



(2) 市内立地企業の抱える課題

市内に立地する企業の経営上の課題としては、工業、商業、サービス業のいずれにおいても「人材確保・育成等」を挙げる割合が高くなっています。業種ごとに見ていくと、「人材確保・育成等」以外に、工業では「設備投資」「資金繰り」、商業では「設備投資」「販路開拓」、サービス業では「設備投資」「資金繰り」「まちのにぎわいづくり」などの割合が高くなっています。

図表5 市内立地企業の経営上の課題

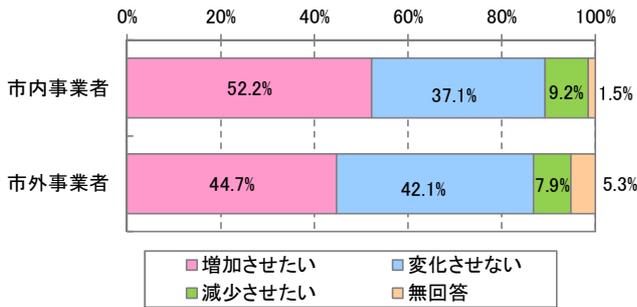


(3) 人材

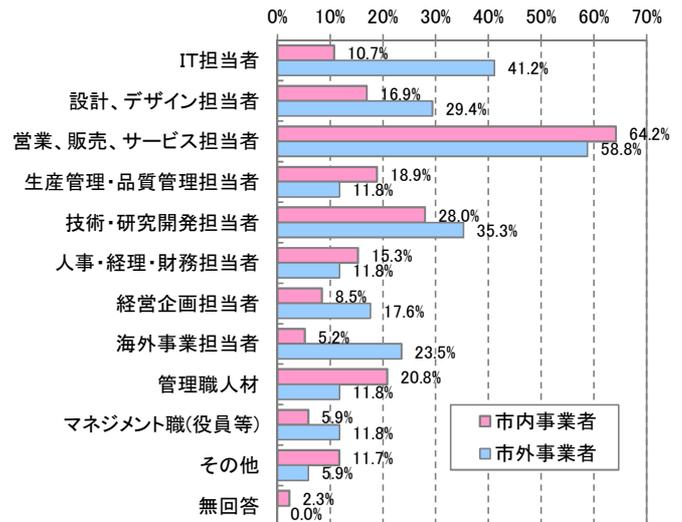
今後の従業員の増員意向について見ていくと、市内企業の半数以上の事業者が増員を予定しています。

今後、採用を予定している職種は、市内、市外事業者とも、「営業、販売、サービス担当者」が最も多くなっています。次いで、市内事業者では、「技術・研究開発担当者」「管理職人材」、市外事業者では「IT担当者」「技術・研究開発担当者」が多くなっています。

図表6 今後の従業員の増員意向



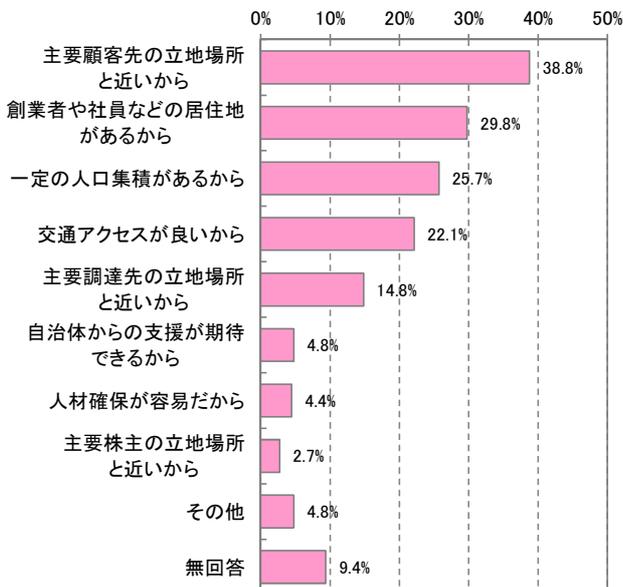
図表7 採用を予定する職種



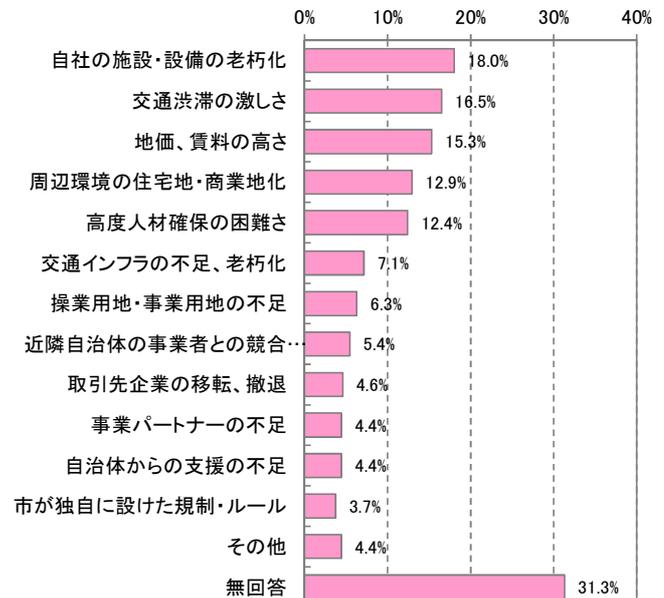
(4) 市内立地のメリットとデメリット

市内事業者から見た市内立地のメリットとしては、顧客先との近接性、創業者や社員の居住地からの近さ、人口集積を挙げる事業者が多く見られます。一方、デメリットとしては、施設・設備の老朽化、交通渋滞の激しさ、地価や賃料の高さを上げる事業者が多くなっています。

図表8 市内立地のメリット



図表9 市内立地のデメリット



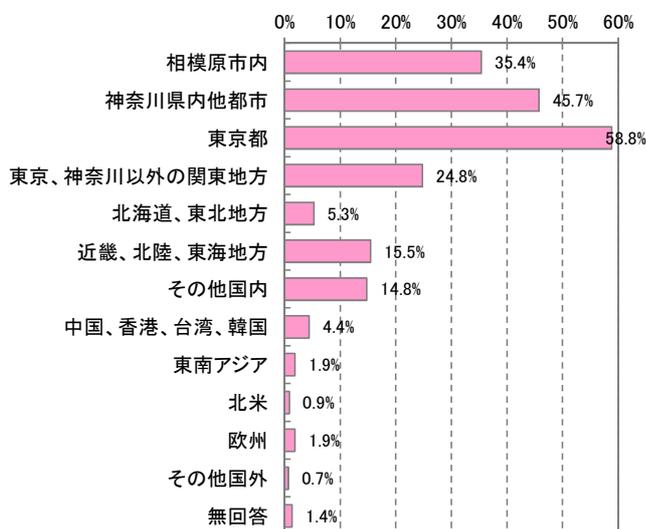
(5) 主な仕入先

市内事業者の取引状況を表すデータの一つとして、主な仕入先（上位取引先3社）の所在地を見ると、「東京都」が6割弱で最も多く、次いで「神奈川県内他都市」が4割半ば、「相模原市内」が3割半ばと続いています。神奈川県内の取引も少なくありませんが、それ以上に都内の企業との取引が多いことが分かります。

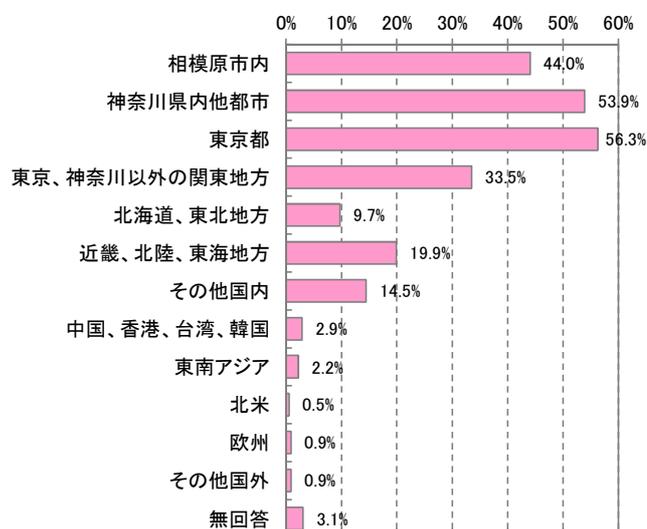
(6) 主な販売先

市内事業者の取引状況を表すデータの一つとして、主な販売先（上位取引先3社）の所在地を見ると、「東京都」が56.3%と最も多く、次いで「神奈川県内他都市」が53.9%、「相模原市内」が44.0%と続いています。仕入先と同様に神奈川県内よりも都内の企業との取引が多くなっていますが、神奈川県と東京都で仕入れの場合ほど大きな差はないことが分かります。

図表10 主な仕入先(上位取引先3社)の所在地



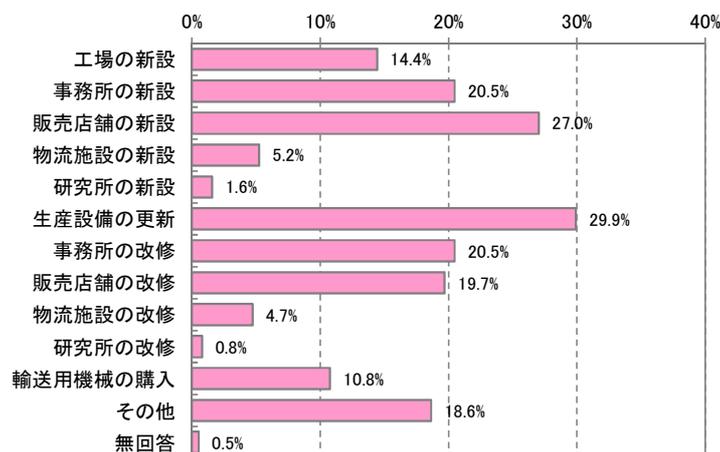
図表11 主な販売先(上位取引先3社)の所在地



(7) 設備投資の内容

過去5年間に設備投資を実施した市内事業者について、その設備投資の内容を見たところ、「生産設備の更新」が29.9%と最も多く、「販売店舗の新設」の27.0%と続いています。工業においては機械設備の更新、商業においては新規出店が主たる投資の内容であったと推察されます。

図表12 設備投資の内容



3.3 ヒアリング結果

(1) 市内経済団体、市内企業に対するヒアリング調査結果

さがみはら産業振興ビジョン 2025 の策定に当たり、市内事業者のニーズをより詳細に把握するため市内経済団体や市内企業に対してヒアリング調査を実施しました。ヒアリングの結果は次のとおりです。

リニア中央新幹線の整備に対して期待を寄せる意見が複数寄せられたほか、工業の立場からは人材不足等の課題の訴えやロボット特区の活用等、商業・サービス業の立場からは購買力の流出への懸念や地産地消を促す指摘がありました。また、津久井地域においては、神奈川県とは最低賃金に差がある山梨県の企業との競争を懸念する意見が寄せられました。

図表 1.3 市内経済団体、市内企業へのヒアリング結果

項目	主な意見
市内経済の現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ○グローバル化により企業経営の再構築が進められており、大規模工場の整理・縮小が見られる。 ○大手電機メーカーの試作関連・研究開発型の拠点となっているので、中小企業においても、多品種・小ロット生産となっている。 ○中小企業の経営上の課題として、質の高い人材の確保、売上の伸び悩み、顧客管理やマーケティングがうまくいっていない。 ○商業においては、都市人口規模に対する年間販売額が低く、購買力が周辺地域に分散化していると考えられる。 ○津久井地域では商工業者が減少している。また後継者不足になっている。 ○山梨県の最低賃金が安く、コスト面で全産業が市内の市場を山梨の企業にとられてしまっている。 ○建設業は合併後、入札での元請けができなくなり、仕事量に対して利益が少ない状況である。 ○商業は担い手が減少しており、商店街活動も衰退してきている。 ○市内観光は、市民の親族訪問ついで観光が多い。ハイキングなどの観光では消費が伸びない。 ○近年は物流拠点としての土地の引き合いあり。圏央道の開通の影響が出ている模様である。
期待できる業種	<ul style="list-style-type: none"> ○近年、好調なのは食品製造業（コンビニ関連）、運輸である。 ○リニア基地が外から見える形になれば、観光の目玉となる可能性がある。 ○富士山、箱根、湘南、東京、羽田空港へのアクセスがよく、観光客のハブになる可能性がある。
産業振興の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ○小規模企業支援（小規模支援法）とがんばる企業を応援する条例 ○高齢社会（人口減少と経済縮小モデル）における消費モデル ○内陸工業都市さがみはら（地盤が強固）とリニア中央新幹線 ○中心市街地の魅力向上 ○産業用地創出、ロボット特区とさがみ縦貫道路、航空宇宙関連 ○ビジョンを策定する中で、旧津久井4町の産業の中の位置付けの定義が必要である。（地域ごとの産業振興の必要性） ○相模原の観光振興の概念を明確にする必要がある。 ○地域の農産物を域内・市内の小売・飲食店と結び付けることが必要である。 ○合併を経て市域が大きく広がっているが、駅周辺を中心としたコンパクトシティ⁶⁴的なまちづくりなどを打ち出して、相模原市としての特色を出すべきである。
行政に対する施策ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ○市内中小企業の成長を支援し、地域の強みを生かした製品開発や新事業の展開を促進するファンドを創設する。 ○既に様々な施策があるが、それをつなげることが必要である。 ○地元で買う運動や、地元で買うことを評価する仕組みづくりをする必要がある。 ○相模大野のロータリー北口の道路の狭さ、交通モードの整理など課題解消が必要である。 ○空港連絡バス乗り場のバリアフリー化が必要である。 ○主要駅前、大型バスの発着場、滞留スペース兼道の駅があると望ましい。 ○国内でものづくりをやるうとする企業、あるいはものづくりのうち国内に残してやるうする部分に対する支援が必要である。 ○女性起業家の支援やソーシャルビジネス⁶⁵に対する支援、インキュベーション機能の充実などを考えてもらいたい。 ○引退した有能人材の再活用の促進で市の活力を向上させる。

⁶⁴ コンパクトシティ：都市の中心部に行政、商業、住宅等様々な都市機能を集中させた都市形態、又はそうした都市形態を目指す都市政策です。まちのスケールを小さく保つことにより、住居と生活に必要な機能が近接して生活利便性が上がるとともに、都市経営の効率化が図られる効果が期待されます。

⁶⁵ ソーシャルビジネス：環境問題、貧困、介護、子育て支援、青少年教育、まちづくり等の社会的課題の解決に向けて、住民やNPO法人、企業などがビジネスの手法を用いて取り組む事業のことです。

(2) 不動産会社等市外企業に対するヒアリング調査結果

不動産会社を中心に市外企業に、さがみはら産業振興ビジョン 2025 の策定についてヒアリングした結果を下表に示しています。

業務機能の集積の可能性については、人口集積を理由に可能性を見出す意見と町田市等の周辺都市との競争から容易ではないという意見の両方があり、事業者によって見方が分かれています。また、物流機能の集積可能性や津波や液状化などが避けられる内陸部としてのメリットを示唆する意見も寄せられました。

図表 1 4 不動産会社等市外企業へのヒアリング結果

項目	主な意見
市内経済の現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ○相模原市内でオフィス需要は相模原、橋本、相模大野の3地区にあるが、オフィスの集積規模は大きくない。 ○テナントの中にはメーカー関連の営業所、支店も見られるが、生活関連サービス(塾等)や保険会社の営業所等、駅前立地のサービステナントが中心であり、特徴的な集積はない。 ○相模原市におけるオフィス需要は少ないと思う。町田駅がターミナル駅として発達しており、オフィス需要は町田市に集中する傾向がある。土地勘がない人は、まず町田市で、相模原市が視野に入るのはその後となる。そのためか相模原市内に賃貸オフィス向物件は少ない。 ○倉庫については比較的堅い需要があると見ている。東名・中央高速へのアクセスが良好であることに加えて、津波や液状化の被害を避けるために湾岸部から内陸に移るニーズがある。 ○課題は、オフィス立地の観点からは東京都内へのアクセス、倉庫立地の観点からは内陸部ゆえに空港や港湾へのアクセスの利便性がさほど高くない点である。 ○橋本、相模原、相模大野の3つの主要エリアに分かれるが、機能が分散して中途半端な印象が拭えない。
期待できる業種	<ul style="list-style-type: none"> ○人口集積があるので、対人サービス業、対事業所サービス業の立地が見込める。鉄道駅周辺は対人サービス業等の立地が見込める。 ○物流施設は、地価負担力が高く、検品作業等で人も必要なため、有望な産業である。 ○物流施設の具体的な業種としては食品、半導体、通販などで、圏央道沿いに見込がある。
産業振興の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ○今まで工業中心だったが、物流、流通も入れるべきである。物流も加工物流などに変化している。 ○産業誘致には雇用と税収の2つの効果があるが、都市経営の中で、法人市民税など目標を明確にすべき。 ○観光産業、飲食業を発展させて都市イメージを良化させる必要がある。 ○電力、ガス、地元金融機関など地域のステークホルダー⁶⁶と連携体制を構築し、情報交換をすることが重要である。 ○工場誘致をする場合、土地利用制限をかけると、機能転換や所有権の移転が出来ず、撤退リスクが高まってしまう。土地利用制限を緩和すべきである。
行政に対する施策ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ○インフラ整備のタイミングを見ながら受け皿となる施設(オフィスビル)の整備を考える方がよい。 ○企業の賃貸不動産の引き合いを増やすなら、象徴となるようなビジネスが市内に欲しいところである(横浜市のIT、川崎市のバイオのように)。相模原市の場合はロボットが考えられる。

⁶⁶ ステークホルダー：利害関係者のことです。ここでは「本市の産業振興に密接な利害を有する関係者」という意味になります。

(3) 市内の大学・学術機関に対するヒアリング調査結果

市内の大学や学術研究機関にさがみはら産業振興ビジョン 2025 の策定についてヒアリングした結果を下表に示しています。

寄せられた意見からは、市や市内企業との連携に対する意欲が垣間見られました。産業振興については、まちとしての魅力や利便性の向上が産業の発展につながるという示唆がなされ、具体的な内容として交通網整備による市内商業核の結節や自然を生かした都市農業の振興などに関する指摘がありました。

図表 15 市内の大学・学術研究機関へのヒアリング結果

項目	主な意見
協定、その他に基づく取組状況、産学連携の状況	<ul style="list-style-type: none"> ○相模原市との包括連携協定に基づく具体的な取組は今のところ実績がないが、地域産業活性化に係る取組自体は、数多くの実績がある。 ○その内容や形態は多岐に亘る（デザイン制作、ワークショップ⁶⁷実施 等）。 ○教職員個人、学生団体による自主的な取組もあることから、全体像を把握するのは難しい。 ○大学として公的な形で連携事業に取り組むかどうかの判断の基準は、ひとえに当該事業が本学の教育に資するかどうか。 ○文部科学省が大学の地域活性化に対する寄与を評価する方針をとっており、補助金や競争的資金の獲得に有利に働くことが、動機付けになっている面もある。 ○相模原市との包括連携協定を 2014 年度内に締結する予定である。
市内企業との産学連携状況	<ul style="list-style-type: none"> ○小規模なものを含めれば市内企業との連携は数多くやっている。 ○企業との連携は歓迎するが、コスト節約のために大学を利用しようとする意図を持っている場合もあり、そうした場合には連携は遠慮したいのが正直なところ。 ○個別企業とは受託研究によって成果を創出しているが、市内企業との産学連携実績は少ない。 ○産学連携推進のメリットとしては、大学の認知度やイメージの向上、教員や研究内容の P R、教員の活躍の場の創出、事業収入の獲得などが挙げられる。 ○産学連携で特にネックとなりやすいのは知的財産権の帰属に関すること。連携内容によっては、学生が権利関係に直接的にかかわってくる場合があり、問題が難しくなることがある。 ○課題は、大学側の人手・人材の不足、多忙等を理由とした教員の協力取り付けの不確実性、連携のための予算の不足など。人材としては特にコーディネーター⁶⁸ができる人が不足。コーディネーターは R A（リサーチアドミニストレータ⁶⁹）の働きができる人である必要がある。
市内企業への就職状況	<ul style="list-style-type: none"> ○カリキュラムの関係で学生が希望する職種に明確な傾向があるが、新卒の求人がある企業が市内に少ないため、都内の大企業を希望する学生が多くなりがちである。 ○市内での就職では教員ということになるが、そちらも募集が少ない。 ○市内就職実績は直近でケタ。学生と市内企業との接触機会が少ないので、キャンパス内での企業説明会開催について検討をお願いする。
産業振興の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ○学生の目線に立つと、商業的には町田にとられている。一言で表現してしまうと相模原市は「オシャレじゃない」ので、相模原市が若い人にとって魅力的な街になるように発展して欲しい。 ○50 年後の未来を見据えた都市経営についての議論が必要である。 ○相模原を誇らしく語る市民の誇り（シビックプライド）を創出する。
行政に対する施策ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ○徒歩で完結するまちづくり。徒歩圏で用件が完結しないことは、共働きの生活が成り立たない、成り立ちにくいことに直結し、相模原市を選ばない理由になる。 ○広域交流拠点都市を実現するためには、基盤となる「交通網の構築」を自ら優先して取り組むべきである。中心商業圏の相模大野駅と地域商業圏の上溝地区の結節、小田急多摩線による相模総合補給廠返還地と上溝地区の結節などが考えられる。 ○中山間地の活性化を目的とした資源循環型畜産、地域の伝統作物を生かした耕種農業の実践を介して、自然とふれあい癒しを求める都市市民に未来型都市農業の場を提供することが考えられる。 ○自然環境を生かし、城山、津久井、相模湖の各地区と八王子高尾山を結び付けた自然・歴史・文化プロムナードを開発し、首都圏及びリニアを利用する中部・関西圏、海外旅行者に提供することが考えられる。

⁶⁷ ワークショップ：問題解決やトレーニング、学習の手法の一つで、司会進行役の差配で参加者全員の共同作業によって成果物を創り上げるものです。

⁶⁸ コーディネーター：物事を調整し、まとめることです。その担い役はコーディネーターと呼ばれます。

⁶⁹ リサーチアドミニストレータ：研究開発内容についての知見を有しつつ、研究資金の調達・管理、知財の管理・活用等の研究マネジメントを担当する人です。

2 用語解説

本ビジョンにおける用語等の意味は、次のとおりです。

あ行

アフターコンベンション

会議や展示会、イベント等の後の催しや懇親会のことです。

イノベーション

技術やビジネスモデル等の革新のことです。

インキュベーション施設

起業家の育成や、新しいビジネスを支援する施設です。

インセンティブ

本来の「誘因」から転じて、本ビジョンでは「やる気を引き出す措置」の意味で使用しています。

インターンシップ

企業等が学生に就業体験の機会を提供する制度です。

インバウンド

外国人による訪問のことです。

エクイティ

株式資本のことです。

エリアマネジメント

地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取組のことです。取組の内容は、良好な美しい景観の形成、安全・安心な地域づくり、コミュニティの形成等、地域によって様々です。

か行

カイゼン

現場の発案による作業・業務の見直し活動です。主に製造業が想定されています。

買回品

購入頻度が低く、購入に当たり品質や価格を比較検討するなどして慎重に選ぶ商品です。耐久消費財や趣味の雑貨などが該当します。

買い物弱者

近隣商店の廃業や身体能力の衰え等から、日常の買い物に困難を来たす人、買い物ができない人のことをいいます。

キャリアカウンセリング

個人が、その適性や職業経験等に応じて自ら職業生活設計を行い、これに即した職業選択や職業訓練等の職業能力開発を効果的に行うことができるよう個別の希望に応じて実施される相談その他の支援をいいます。

救急告示病院

救急病院等を定める省令第2条第1項の規定に基づき、救急病院として都道府県知事より告示された施設のことです。

グローバル化

商取引や金融取引などの経済活動が国家の境界を越えて行われることです。

公衆無線LAN

一定のエリアや店舗にいる人ならば誰でも、無線方式のコンピュータ・ネットワークを利用してインターネットに接続できるサービスです。

コーディネート

物事を調整し、まとめることです。その担い役はコーディネーターと呼ばれます。

コーポレートガバナンス

企業が不正行為を行わないように、あるいは適正な事業活動がなされるように企業を統制・監視することです。「企業統治」と訳されています。

コミュニティ施設

地域社会の住民の交流や催しなどに利用される施設のことです。公民館、住民センター、集会所などが該当します。

コミュニティバス

地方自治体が住民福祉の向上を図るため交通空白地域・不便地域の解消、高齢者等の外出促進等を目的として、自らが主体的に運行を確保するバスのことです。

コミュニティビジネス

地域の住民が、地域の課題解決に向けて、ビジネスの手法を用いて主体的に取り組む事業のことです。

コンパクトシティ

都市の中心部に行政、商業、住宅など様々な都市機能を集中させた都市形態、又はそうした都市形態を目指す都市政策です。まちのスケールを小さく保つことにより、住居と生活に必要な機能が近接して生活利便性が上がるとともに、都市経営の効率化が図られる効果が期待されます。

コンベンション機能

人、情報、知識、物などの交流の場や会議等呼び込むシステムの総称を指します。

コンベンションビューロー

国内外からの会議を誘致する組織です。会議に限らず誘客のために観光情報の発信などの役割を担うこともあります。

さ行

産学官金

産業、学術研究機関、国や地方自治体等の公共の機関、金融機関の四者を表現する語句です。

シーズ

企業や研究機関等有する事業化・製品化の可能性がある技術やノウハウなどのことです。

システムインテグレーター

顧客の業務内容を理解・分析し、最適なシステムの企画、構築、運用を行う人です。しばしば **SIer**（読みは「エスアイアー」）と略記されます。

ステークホルダー

利害関係者のことです。本文の文脈では「本市の産業振興に密接な利害を有する関係者」という意味になります。

生鮮三品

食料品のうち鮮魚・青果・精肉を指します。

ソーシャルビジネス

環境問題、貧困、介護、子育て支援、青少年教育、まちづくり等の社会的課題の解決に向けて、住民やNPO法人、企業などがビジネスの手法を用いて取り組む事業のことです。

ソリューション

課題や要望に対して解決策を提供することです。解決策を提供することだけでなく、その解決策となる製品やサービス、それらの組み合わせを指すこともあります。

た行

ターミナル

路線の起点・終点であり、分岐点として多数の路線が束ねられ、乗り換え（旅客輸送の場合。貨物ならば積み替え）が頻繁に行われる、交通において重要な拠点の意味です。

タブレット型端末

薄い板の形状をした携帯型の通信端末の総称です。

昼夜間人口比率

ある地域の夜間人口に対する昼間人口の割合で、これが100%を超える場合は昼に域外から人が流入する地域、100%を下回る場合は昼に域外へ人が流出する地域であることを表しています。

テレワーク

ICT（情報通信技術）を活用した、場所や時間にとらわれない柔軟な働き方のことです。

特定流通業務施設

流通業務施設（トラックターミナル、卸売市場、倉庫又は上屋）であって、高速自動車国道、鉄道の貨物駅、港湾、漁港、空港その他の物資の流通を結節する機能を有する社会資本等の近傍に立地し、物資の仕分及び搬送の自動化等荷さばきの合理化を図るための設備、物資の受注及び発注の円滑化を図るための情報処理システム並びに流通加工の用に供する設備を有するものをいいます。

な行

燃料電池

水素と酸素を電気化学反応させて電気を作る発電装置です。

は行

ハブ

ネットワークの中心となる場所・拠点です。

バリューチェーン

原材料の調達から製品・サービスが顧客に届くまでの各段階において価値とコストが付加・蓄積され、各段階を通した一連の連鎖的活動の中で顧客に対する最終的な価値が生み出される、という考え方です。企業活動の各段階を一連の価値（Value）の連鎖（Chain）としてとらえる考え方のため、バリューチェーンと呼ばれています。

非営利ホールディングカンパニー型法人制度（仮）

複数の医療法人及び社会福祉法人等を束ねて一体的に経営することを法制上可能とする制度です。

ビジネスマッチング

企業等の事業活動のために、適切なパートナーを探したり、パートナー候補を斡旋したりする支援サービスです。

プラットフォーム

物事を行うための基礎・基盤となる仕組みを表す概念です。

ブレイクスルー

物事や科学技術などについて、難関や障害を突破し、現状を打開することをいいます。

分散型電源

比較的小規模な発電装置を消費地近くに分散配置して電力の供給を行う機械設備そのものや、その方式のことです。太陽光や風力、小水力発電などの再生可能エネルギーや燃料電池に向けた方式とされています。電源の分散配置により、電力供給の途絶が広範囲にわたるリスクが軽減されるため、災害に強い電力供給方式と考えられています。

ポートフォリオ

運用する金融資産の組み合わせ方のことです。

ホールディングカンパニー

株式を所有することにより傘下企業の事業活動を支配し、グループ全体の戦略・経営計画立案などを行う会社のことです、持株会社とも呼ばれます。

ポテンシャル

潜在能力のことです。

ま行

モータリゼーション

自動車が生活必需品として広く普及する現象のことです。

最寄品

近くの小売店で頻繁に購入するような商品。食料品や日用雑貨などが該当します。

ら行

リーマンショック

米国の投資銀行リーマンブラザーズの経営破綻を引き金として発生した世界的な金融不安のことです。これにより、世界中で設備投資や個人消費等の需要が急減しました。

リサーチアドミニストレーター

研究開発内容についての知見を有しつつ、研究資金の調達・管理、知財の管理・活用等の研究マネジメントを担当する人です。

リスクイベント

経済活動を低下させる事象のことです。近年の事例としてはリーマンショックや東日本大震災等があります。

リノベーション

用途や機能を変更して性能を向上させたり、付加価値を与えたりすることです。

6次産業化

第1次産業である農林水産業者が、生産した農産物を原材料とした加工食品の製造・販売、地域資源を生かしたサービス（例えば観光農園）など、第2次産業や第3次産業まで事業を展開することです。1、2、3の掛け算で6次産業化と呼ばれています。

ロボットフレンドリーな環境

ユーザー側の業務プロセスや施設環境において、ロボットを導入しやすい環境のことです。

わ行

ワークショップ

問題解決やトレーニング、学習の手法の一つで、司会進行役の差配で参加者全員の共同作業によって成果物を創り上げるものです。

ワーク・ライフ・バランス

生活において、仕事とプライベートの双方とも、無理なく、ある程度充実して営むことができている状態を意味します。

ABC

BtoC

企業と個人（消費者）間の商取引、あるいは、企業が個人向けに行う事業そのものを指す用語です。一般消費者向けの製品の製造・販売や、消費者向けサービスの提供などが該当します。

Eコマース

コンピュータ・ネットワーク上の電子的な情報通信によって商品やサービスを売買することです。「電子商取引」とも呼ばれます。

EC化率

小売業・サービス業の全ての消費者向け商取引における電子商取引の割合です。

GDP

国内総生産のことで **Gross Domestic Product** を略したものです。一定期間内にある国内で産み出された付加価値の総額を指します。都道府県や市町村など国よりも小

さい範囲で、同様に県内総生産や市内総生産などを定義することもあります。

GNI

国民総所得のことで **Gross National Income** を略したものです。GDP から海外へ支払う所得を除き、海外から受取る所得を加えたもので、かつては国民総生産（GNP）と呼ばれていました。

ICT

情報通信技術。

Information and Communication Technology を略したものです。

JAXA

国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構のことで、英称の **Japan Aerospace eXploration Agency** から **JAXA** と略称されています。

MICE

企業等の会議(**Meeting**)、企業等の行う報奨・研修旅行(**Incentive Travel**)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(**Convention**)、展示会・見本市、イベント(**Exhibition/Event**)の頭文字をつなげたもので、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称を指します。

PPP/PFI

PPP(Public Private Partnership)は、官民の連携による公共サービスの提供手法のことで、**PFI(Private Finance Initiative)**は、PPP の一形態で、公共施設の建設・維持管理・運営等に民間の資金や経営能力等を導入し、国や地方公共団体が直接実施するよりも効率的、効果的にサービスを提供する手法のことで。

SIC

さがみはら産業創造センターのことで、英称の **Sagamihara Incubation Center** から **SIC** と略称されています。

SOHO

Small Office/Home Office を略したもので、企業等から委託された仕事を、情報通信を活用して自宅や小規模事務所等で個人事業主として請け負う労働形態、又はその事業主を意味します。

さがみはら産業振興ビジョン

～世界に向けて、新たな価値と魅力を創造・発信し、未来を拓くさがみはら～

2025年3月発行

発行者：相模原市

神奈川県相模原市中央区中央2丁目11番15号

Tel.042-754-1111（代表）

編集者：相模原市環境経済局地域経済政策課
